

## Responsabilidade Social em uma empresa de telecomunicações

Márcio Andrey de Matos<sup>1</sup>  
marcio.campeche@bol.com.br

Pedro Carlos Schenini<sup>1</sup>  
schenini@cse.ufsc.br

Fernando Amorim da Silva<sup>1</sup>  
fernandoasilva@yahoo.com

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – Florianópolis, SC, Brasil

### RESUMO

*A assistência social tem-se desenvolvido em vários momentos da história humana e, na atualidade, ganhou grande destaque. No que concerne às organizações empresariais, essa preocupação deu ensejo ao que se convencionou chamar Responsabilidade Social. Diante desse contexto, o presente artigo teve o objetivo geral de identificar, descrever e analisar as ações de responsabilidade social de uma empresa de telecomunicações. A metodologia partiu de um estudo de caso descritivo, com abordagem qualitativa, tendo sido utilizados os instrumentos da análise documental e da entrevista semi-estruturada. Os resultados obtidos indicaram que a organização pesquisada desenvolve programas de responsabilidade social nas áreas de educação, assistência a menores de idade e apoio a atividades esportivas.*

Palavras-Chave: Desenvolvimento Sustentável; Responsabilidade Social Empresarial; Setor de Telecomunicações.

### 1. INTRODUÇÃO

A assistência social tem-se desenvolvido em vários momentos da história humana e, na atualidade, ganhou grande destaque. No que concerne às organizações empresariais, essa preocupação deu ensejo ao que se convencionou chamar Responsabilidade Social. A idéia de responsabilidade social incorporada aos negócios é relativamente recente. Ela vem das transformações ocorridas em fins do século XX, quando se desgastou a imagem de uma empresa voltada apenas para o lucro, sem preocupação com o ambiente em que está inserida. Assim, as organizações empresariais viram-se pressionadas pelos governos e pela sociedade civil a incorporarem em suas atividades programas e ações que melhorassem a qualidade de vida das pessoas.

Diante desse contexto, o presente artigo teve como objetivo geral identificar, descrever e analisar as ações de responsabilidade social de uma empresa de telecomunicações. Dessa forma, foram objetivos específicos: a) identificar as ações de responsabilidade social executadas pela organização; b) caracterizar e descrever essas ações e; c) analisar as ações de responsabilidade social encontradas.

A justificativa técnica para o trabalho reside no fato de que já não cabe mais apenas ao governo prover as necessidades de saúde e educação, principalmente, e por isso, a sociedade passa a cobrar uma nova postura das empresas que não podem apenas pensar em obter lucros, mas também, uma maneira de minimizar os problemas da sociedade de um modo geral. A justificativa acadêmica é a de que a universidade é um laboratório de estudos e pesquisas que visam e devem buscar a melhoria da qualidade de vida da sociedade, contribuindo assim, com o enriquecimento do saber de professores e alunos e da sociedade de um modo geral. A justificativa operacional é que através da construção de um padrão, as empresas podem elaborar seus projetos segundo esse padrão e, dessa forma, mostrar a sociedade que elas estão fazendo a sua parte para que possamos viver numa sociedade melhor.

## 2. PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

A assistência social tem-se desenvolvido em vários momentos da história humana e, neste início de século XXI, ganhou grande destaque, pois o nível de conscientização da sociedade que está sendo atingido não permite mais que as empresas só se preocupem em obter lucros sem dar a devida atenção ao aspecto social que ela deve desempenhar.

### 2.1. Perfil Histórico da Assistência Social

É interessante observar que, apesar de no Brasil esse tema ser relativamente novo, DRUCKER (1975) já afirmava: “as administrações de todas as instituições são responsáveis por seus subprodutos, isto é, pelos impactos de suas atividades legítimas sobre as pessoas e sobre o meio ambiente físico e social”.

Há de se ressaltar que em nosso país, entretanto, a onda de assistencialismo marcou a história e as empresas, que até pouco tempo, acreditavam que fazer doações a causas filantrópicas ou à sociedade representava a sua “parcela de contribuição para os problemas sociais”. Nota-se, contudo, que não havia quaisquer tipos de controle do que era feito, como eram feitos, quais os benefícios efetivos que as ações proporcionavam à sociedade... A organização “simplesmente” repassava o dinheiro e o resto ficava por conta daquela instituição ou comunidade que recebeu a doação. Atualmente, entretanto, o comprometimento social tem gradativamente se tornado parte integrante das estratégias de gestão empresarial. Além disso, o seu campo de atuação tem sido ampliado e envolve desde questões relacionadas aos seus empregados (respeito às leis trabalhistas, incentivo à formação escolar, etc) até as que dizem respeito à comunidade onde se localiza e aos problemas do meio ambiente.

Essa nova tendência de gestão empresarial também se reflete no relacionamento com os investidores que procuram empresas que apresentam boa imagem perante a opinião da sociedade em geral.

### 2.2 Desenvolvimento Sustentável

A primeira conceituação de desenvolvimento sustentável foi encontrada no relatório da CMMAD que afirma que “o desenvolvimento sustentável é aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades” (CMMAD, 1991).

BOFF, citado em NASCIMENTO (2001) afirma que a sociedade sustentável é aquela capaz de assumir novos hábitos, projetando um desenvolvimento que cultiva o cuidado com os equilíbrios ecológicos e trabalhe dentro dos limites impostos pela natureza. Não que a sociedade não deva consumir, mas sim, consumir responsavelmente. “Sustentável é a sociedade ou o planeta que produz o suficiente para si e para os seres dos ecossistemas onde ela se situa; que toma na natureza somente o que ela pode repor; que mostra um sentido de solidariedade generacional, ao preservar para as sociedades futuras os recursos naturais de que elas precisarão” (BOFF, 1999).

Na declaração sobre o direito dos povos ao desenvolvimento, de 18 de outubro de 1999, escreveu a Comissão dos Direitos Humanos da ONU: “o desenvolvimento é um processo econômico, social, cultural e político abrangente, que visa ao constante melhoramento do bem – estar de toda a população e de cada pessoa, na base de sua participação ativa, livre e significativa e na justa distribuição dos benefícios resultantes dele”. (em BOFF, 1999).

BOFF (1999) complementa que o desenvolvimento social visa melhorar a qualidade da vida humana e isto implica em valores universais como vida saudável e longa, educação,

participação política, democracia social e participativa, garantia de respeito aos direitos humanos e de proteção contra a violência. E as grandes empresas, com certeza podem desenvolver projetos que contribuam para a perpetuação destes valores.

A seguir, falaremos um pouco sobre Responsabilidade Social; Terceiro Setor e destacaremos alguns valores destinados às ações sociais pela Fundação Bradesco e pelo Instituto Ayrton Senna, para exemplificarmos um pouco a questão dos valores destinados para ações sociais por empresas brasileiras.

### 2.3 Responsabilidade Social Empresarial

Empresas que norteiam suas ações por valores e transparência e compartilham isso com toda a corporação garantem um diferencial frente às demais, tornando-se referência na prática da responsabilidade social. A conclusão é da pesquisa “Responsabilidade social empresarial: um retrato da realidade brasileira”, lançada pelo Instituto Akatu, em parceria com o Instituto Ethos, no último mês de junho.

A pesquisa tem como objetivo avaliar o estágio atual das empresas brasileiras no que se refere às práticas de responsabilidade social. Participaram do estudo 630 companhias. Elas responderam a um questionário com 72 questões sobre ações e três questões de qualificação e opinião. O ponto de partida foi os “Indicadores Ethos de Responsabilidade Social”, que serviram como base para a seleção de 55 ações para serem analisadas nos temas valores e transparência, meio ambiente, público interno, fornecedores, consumidor/cliente, comunidade e governo e sociedade.

Para analisar o comportamento das empresas foram definidos quatro estágios. O zero aponta que a empresa não tem nenhuma ação implementada e o estágio quatro determina as empresas de referência, com 23 ou mais ações. Frente a esse levantamento, 19% das empresas estão no estágio zero, 31% no 1, com predomínio das pequenas (62%); 18 % no2; 19% no 3; e 13% no 4, sendo que 59% destas são grandes corporações. Um dado que surpreendeu os organizadores é que 25% das grandes empresas estão no estágio zero.

De acordo com a pesquisa, a responsabilidade social começa pela busca da eficiência dos negócios. Das dez ações mais praticadas, seis estão ligados ao consumidor/cliente. São rotinas para garantir fornecimento de notas fiscais, sistema de relacionamento pós-venda, adoção de compras com garantia de procedência. A relação com o governo está fora da pauta de discussão. Prova disso é que entre as dez ações menos praticadas, cinco estão nessa área. No ranking dos assuntos menos discutidos aparecem critérios para apoiar campanhas eleitorais e punição a funcionários envolvidos em corrupção de agentes públicos.

Na opinião do presidente do Akatu, será cada vez mais difícil que existam empresas que tenham discursos que não sejam condizentes com suas práticas. “As empresas vão ser cada vez mais aquilo que falam delas em vez do que elas próprias falam de si. Isso é o que vai definir o que elas são. A consciência do consumidor é a verdadeira proteção para que ele não seja enganado”.

### 3. ASPECTOS METODOLOGICOS

A metodologia utilizada para realizar este artigo partiu de um estudo de caso realizado em uma organização do setor de telecomunicações, atuante em todo o Brasil, podendo ser enquadrada como empresa de grande porte. Esse estudo pode ser caracterizado como uma pesquisa descritiva. A abordagem utilizada foi a qualitativa, uma vez que não houve preocupação com dados estatísticos.

Inicialmente, foi feita uma revisão bibliográfica para saber o que pensam os principais autores da área. Concluída essa etapa, também foi realizada uma pesquisa em documentos da organização – inclusive no seu sítio disponibilizado na *Internet* – nos quais foram levantadas informações referentes aos programas e ações sociais desenvolvidos pela organização pesquisada. Para complementar a pesquisa, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com colaboradores, a fim de obter a percepção dessas pessoas em relação à empresa pesquisada e suas ações sociais.

#### 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

##### 4.1 Apoio a projetos culturais, esportivos e sociais

A empresa apoia projetos sociais, culturais e esportivos, que beneficiam a comunidade onde atua e seus funcionários. Por meio da valorização da cultura brasileira, da promoção da cidadania e do incentivo ao esporte, a empresa exerce seu compromisso de responsabilidade social, contribuindo para o desenvolvimento do país.

Na área cultural, uma das preocupações é motivar a integração das regiões onde a empresa atua, patrocinando produções locais e proporcionando troca de experiências. Além de apoiar a descoberta de novos talentos e valorizar nomes consagrados nacionalmente, a empresa busca contribuir para a popularização da arte e comprovação da cultura como importante instrumento de inclusão social.

No social, a empresa investe em programas de educação saúde, inclusão digital e suplementação de renda. O objetivo é promover o desenvolvimento pessoal e profissional das pessoas, transformando o indivíduo comum em cidadão. Por isso, a empresa tem como meta firmar-se cada vez mais como empresa-cidadã, sendo sempre eficiente na prestação de serviços de telecomunicações e atuante na busca do desenvolvimento sustentável.

Entre 1999 e 2004, investiu em mais de 500 projetos culturais e em mais de 90 projetos sociais. A primeira ONG apoiada pela empresa foi a Missão Criança. Entre 2001 e 2004, a empresa incentivou mais de 200 atletas brasileiros. Por intermédio de seus projetos sociais esportivos, ajudou a mudar a realidade de vida de mais de 500 crianças e, implantou em 2003, um projeto voltado à melhor idade, que conta com mais de 100 participantes.

##### 4.2 Ações sociais desenvolvidas

Os programas realizados pela organização pesquisada em 2005 foram: Alfabetização Solidária; Centro do Menor; Bolsa – Escola Cidadã e Esporte Clube Cidadão. Veremos um a um a seguir.

###### A – Alfabetização Solidária

A Alfabetização Solidária é um programa de alfabetização de jovens e adultos, gerenciado por uma organização não-governamental (ONG) sem fins lucrativos e de utilidade pública.

Trabalhando desde janeiro de 1997 pela redução dos altos índices nacionais de analfabetismo e pelo fortalecimento da oferta pública de educação de jovens e adultos no Brasil, a Alfabetização Solidária registrou, até o final de 2004, 4,9 milhões de alunos atendidos em 2.066 municípios brasileiros; com 216.000 alfabetizadores capacitados; 188 empresas, organizações, instituições e governos parceiros; além de 219 instituições de ensino superior parceiras.

A Alfabetização Solidária atua com base no *ranking* de analfabetismo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Segundo dados do censo de 2000 do IBGE, existem no Brasil cerca de 16,3 milhões de jovens e adultos analfabetos, com idade igual ou superior a 15 anos – o que representa 13,6% dos brasileiros nessa faixa etária ou 10% da população total. Nos grandes centros urbanos, apesar de baixos índices de analfabetismo, é significativo o número absoluto de pessoas que ao tiveram acesso à educação.

A empresa é parceira da Alfabetização Solidária desde 1998. A duração do curso é de seis meses, sendo um mês para a capacitação dos alfabetizadores, e os outros cinco para aulas de alfabetização. Do total de alunos que entram no Alfamol, 80,7% desconhecem totalmente o alfabeto e 71,9% saem lendo e escrevendo palavras, frases ou textos.

Além de estar definitivamente inscrita na história da educação de jovens e adultos no Brasil pelos expressivos resultados alcançados, a Alfabetização Solidária desencadeou um processo de melhoria nas comunidades beneficiadas.

Num universo de 213 municípios pesquisados, 99% apontaram uma série de melhorias na qualidade de vida da comunidade (além da diminuição do analfabetismo e do aumento da escolaridade da população, comum a todos eles), desde a implantação da Alfabetização Solidária.

Em 94% deles foram diagnosticadas melhorias no entorno das escolas ou prédios que abrigavam salas de alfabetização e na oferta de serviços públicos, abrangendo iluminação, transporte e saneamento.

Houve avanço também na atenção familiar à educação dos mais jovens, apontado por 87% dos municípios. Para pelo menos dois terços deles, a implantação da Alfabetização Solidária está associada à maior participação da comunidade na escola e nos conselhos municipais, principalmente nos de Saúde, Educação e Assistência Social.

Nos casos de localidades em que as economias são muito frágeis, observou-se, por um lado, que a Alfabetização Solidária contribuiu significativamente para o aumento da renda dos alfabetizadores durante o período em que participaram e, por outro, para o desenvolvimento de parcerias relevantes para as comunidades, ampliando o número de cooperativas em 234%.

Nesse aspecto, a síntese das respostas obtidas dos questionários enviados pelas administrações desses municípios aponta que a Alfabetização Solidária tem contribuído para o resgate da auto-estima da população e estimulado maior participação na comunidade – por meio dos mecanismos municipais existentes para isso, pela valorização da família e seu envolvimento na educação dos filhos -, o que propicia a criação de novos canais de sociabilidade e fortalecimento de valores de cidadania.

Para essa mobilização, aspecto de extrema importância foi a expectativa das comunidades, em especial dos egressos da Alfabetização Solidária, pela continuidade dos estudos, demanda que não passou despercebida pelas administrações municipais e criou o cenário propício para o desencadeamento da Educação de Jovens e Adultos (antigo supletivo) nas redes de ensino locais.

Um primeiro impacto da Alfabetização Solidária (nas Instituições de Educação Superior) foi à inclusão do tema e da prática do trabalho comunitário na pauta e no dia-a-dia da instituição. Outro impacto observado foi à inclusão da Educação de Jovens e Adultos como tema e como prática na instituição.

Em 47% das 62 instituições pesquisadas, houve procedimentos de alterações em programas de trabalhos comunitários anteriores à participação na Alfabetização Solidária. As principais mudanças foram: a ampliação da atuação em outros projetos de alfabetização de

jovens e adultos; a ampliação da atuação em outros projetos de caráter comunitário; e a incorporação de experiências e práticas trazidas pela Alfabetização Solidária ao cotidiano da Universidade, tendo como contrapartida sua maior aproximação da comunidade.

Alguns dos programas realizados pela Alfabetização solidaria são: Educação para todos; Programa fortalecendo a EJA; Programa de incentivo à leitura; Programa Educação Digital; Programa Alfabetização de Jovens e Adultos; Centro de Referência em Educação de Jovens e Adultos; Programa de Cooperação Internacional e Programa de Atenção à Diversidade.

#### B – Centro do Menor

A instituição responsável pelo projeto Centro do Menor é o Centro Social Salesiano Dom João Batista Costa, em Porto Velho – RO e em Candeias do Jamari. Nele, são atendidos anualmente 650 jovens em situação de risco ou de comunidades de baixa renda.

Os jovens são divididos em dois grupos, por faixa etária: dos 12 aos 14 anos e dos 15 aos 18 anos. Eles podem participar das oficinas profissionalizantes oferecidas, tais como: digitação e informática, jardinagem, artesanato, confecção de roupas, mecânica e marcenaria.

A organização pesquisada é parceira do Centro do Menor desde 2002. Os jovens têm opções de 13 oficinas diferentes, como informática, tapeçaria, refrigeração, etc. O projeto oferece ainda o acompanhamento de assistentes sociais e psicológicos, além de alimentação e transporte.

#### C – Bolsa-Escola Cidadã

O programa Bolsa-Escola apóia famílias que vivem em condições de pobreza extrema com a finalidade de ampliar, por meio da educação, as oportunidades de bem – estar social. O conceito do programa é simples: em troca de matricular e manter crianças de 6 a 16 anos na escola, as mães de família recebem bolsas de ajuda de custo.

A Bolsa-Escola tem-se revelado uma boa solução não apenas para erradicar o trabalho infantil, mas também para atingir melhores níveis de escolarização da população. Por consequência, oferece condições para a inserção social das camadas mais carentes.

Em torno desses ideais, empresas cientes da necessidade de se tornarem socialmente responsáveis, firmaram parcerias com a Missão Criança – instituição responsável pelo programa – com o intuito de ajudar na disseminação da Mania de Educação. É graças à colaboração destas empresas que o Programa Bolsa-Escola tem sido viável. São beneficiadas pelo programa 436 famílias nos estados de Goiás, Acre, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

A Bolsa-Escola é o programa-âncora da Missão Criança, utilizado como instrumento para cumprir o objetivo da instituição de combater o trabalho infantil, reduzir a evasão escolar e melhorar o desempenho acadêmico de crianças que vivem em situação de pobreza. Não basta somente fazer nossas crianças chegarem às escolas públicas. Temos que fazer, um esforço conjunto, para que, ao chegarem nas salas de aulas, elas recebam um ensino digno. Educação de qualidade é uma das maiores bandeiras dessa instituição. E mais ainda, nosso ideal é ajudar alunos e família, como um todo, para que evoluam a tal ponto, que parem de precisar de projetos sociais, pois aprenderam a caminhar sozinhos.

Para isso, contam com o financiamento de empresas privadas, organismos internacionais e a contribuição de cidadãos que compartilham com a Instituição Missão Criança a responsabilidade de proporcionar um mundo melhor para nossas crianças e adolescentes.

A Missão Criança é uma organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP), não-governamental e sem fins lucrativos, voltada ao combate a todas as formas de pobreza e exclusão social, especialmente por meio de investimentos na área de educação. Ela luta para que meninos e meninas, hoje fora do sistema de ensino básico possam ter assegurado o direito de freqüentar e permanecer na escola – e em escola de qualidade. Para alcançar esse objetivo, ela utiliza como instrumento os programas Bolsa-Escola e Fundo Educação Poupança – Escola e colabora tecnicamente com governos e entidades não-governamentais que queiram implantar projetos similares de combate à pobreza. Está presente também em São Tomé e Príncipe, atendendo 400 famílias, em Moçambique, com 100 famílias, e na Guatemala, com 50 famílias. São meninos e meninas que recebem o Bolsa – Escola, que saíram de uma situação de risco social e/ou de trabalho infantil e voltaram à sala de aula.

Para viabilizar sua execução, a Missão Criança administra o programa em nível central e transfere a organizações não-governamentais locais, a responsabilidade pelo cadastro, seleção, acompanhamento e fiscalização do programa junto às escolas, poder público e famílias credenciadas. Para isso, os gestores locais são treinados em cursos de formação e capacitação realizados regularmente e acompanhados permanentemente pelos técnicos da instituição.

Podemos destacar que o município de Paranoá, localizado no Distrito Federal, foi o que teve a menor quantidade de famílias atendidas pelo programa, uma apenas, em 2002 e que o número de crianças beneficiadas relativamente pequeno, apenas 5 crianças foram atendidas e, em contrapartida, podemos observar que a cidade de Paracatu, localizada no estado de Minas Gerais, foi o município que teve a maior abrangência efetuada pelo programa, 692 famílias foram atendidas entre 1999 e 2002 e, 1946 crianças foram contempladas pelo programa no mesmo período.

#### D – Esporte Clube Cidadão

A Associação Cristã de Moços – ACM, ao completar 100 anos de atividade em Porto Alegre, junto com o Instituto Dunga de Desenvolvimento do Cidadão – IDDC, lançaram o Esporte Clube Cidadão, um time de pessoas físicas e jurídicas, que tem o nobre objetivo de entrar em campo para vencer as diferenças sociais, a falta de recursos, a inércia de quem tem o desejo, mas não sabe exatamente como ajudar. O time da ACM é formado por fábricas e indústrias amigas, empresas e instituições. Conta ainda com voluntários que doam seu tempo e seus esforços, com a mídia, que divulga as ações do projeto, e com muitos outros amigos.

O projeto oferece esporte, cultura, reforço alimentar e escolar, lazer e iniciação profissional. O principal objetivo é proporcionar a inclusão social de crianças e adolescentes por meio do esporte educacional e participativo, possibilitando, desta maneira, o pleno desenvolvimento e a formação do cidadão para a prática do bem comum. No Esporte Clube Cidadão todos são craques de um time comprometido com a vida.

Em 2002 foram 81.625 atendimentos e, atualmente, beneficiando 370 crianças/dia. Com o início dos atendimentos em abril de 2002, os participantes têm realizado atividades complementares, tendo por objetivo o desenvolvimento integral das crianças e adolescentes nas áreas de educação física, artes e expressão, pedagogia e serviço social.

Mais do que um projeto esportivo, a ACM Vila Restinga Olímpica é, para a comunidade da Restinga, uma das regiões mais pobres da Grande Porto Alegre, além de uma significativa mudança na vida, uma forma de exercer a sua cidadania. A comunidade também está vestindo a camisa e se envolvendo na construção e administração desse patrimônio. A ACM Vila Restinga Olímpica é um projeto que ultrapassa a estrutura física, e vai até a casa de cada um, aproximando do projeto famílias inteiras.

Esse projeto é audacioso em sua proposta e sem similares na região sul do Brasil. É apostando na inserção social de jovens em situação de risco, através do esporte, que a ACM de Porto Alegre quer começar a transformar a vida nas vilas pobres da capital, formando indivíduos conscientes, produtivos e construtores de sua cidadania.

## 5. CONCLUSÃO

Em razão das transformações por que passou a sociedade no final do século XX, emergiram novas demandas. Entre elas, a maior pressão por transparência nos negócios, bem como a idéia de que as empresas não devem somente obter lucro, mas sim prover algum retorno em melhoria na qualidade de vida das pessoas com elas envolvidas. Por isso, muitas empresas se vêem forçadas a adotar uma postura mais responsável em suas ações. Essa preocupação deu ensejo ao que se convencionou chamar Responsabilidade Social.

Diante desse contexto, o presente artigo teve como objetivo geral identificar, descrever e analisar as ações de responsabilidade social de uma empresa de telecomunicações. Dessa forma, foram objetivos específicos: a) identificar as ações de responsabilidade social executadas pela organização; b) caracterizar e descrever essas ações e; c) analisar as ações de responsabilidade social encontradas.

Assim, foi possível identificar as quatro ações executadas pela empresa em parceria com outras instituições no ano de 2005, as quais são:

- a) o programa Alfabetização Solidária;
- b) o Centro do Menor;
- c) o Bolsa-Escola Cidadã; e
- d) o Esporte Clube Cidadão.

Em seguida, foram caracterizadas e descritas cada uma dessas 4 ações, ou seja: o que é cada programa; o público-alvo atendido; o número de pessoas beneficiadas; a abrangência de atuação de cada programa (municípios e estados contemplados); o número de profissionais envolvidos em cada programa; as atividades desenvolvidas e o resultado alcançado por cada um.

Com relação às análises desses programas, pode-se dizer que o resultado alcançado é muito bom, pois a empresa, através do programa alfabetização solidária atendeu até o final de 2004, 4,9 milhões de jovens e adultos analfabetos em 2066 municípios, contribuindo dessa forma, com a redução das desigualdades sociais, na medida em que proporciona novas oportunidades para essas pessoas beneficiadas no mercado de trabalho, na saúde e no lazer, tornando-os cidadãos de fato e, conseqüentemente, possíveis novos clientes da empresa.

Além disso, através do programa Bolsa-Escola Cidadã, realizado em parceria com a Missão Criança, uma organização não-governamental, torna possível a redução do trabalho infantil, na medida em que atende 436 famílias nos estados de Goiás, Acre, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, que recebem uma ajuda de custo mensal com a condição de matricular e manter crianças de 6 a 16 aos na escola, proporcionando uma perspectiva de futuro melhor para essas famílias com a escolarização de seus filhos. Devemos atentar para o número alarmante de crianças e adolescentes com idade para estarem freqüentando uma sala de aula e que estão perambulando pelas ruas das cidades pedindo esmolas, por isso, é muito importante atitudes como essas para acabarmos com o trabalho infantil.

Em relação ao programa Esporte Clube Cidadão, a análise feita é a de que também tem alcançado resultados expressivos, na medida em que proporciona a inclusão social de crianças e adolescentes, da Vila Restinga em Porto Alegre-RS, por meio do esporte

educacional e participativo. Como o projeto oferece esporte, cultura, reforço alimentar e escolar, lazer e iniciação profissional, beneficiando 370 crianças por dia, possibilita torna-los cidadãos com melhores perspectivas de vida, reduzindo consideravelmente as desigualdades sociais encontradas nesta comunidade. Ações como essa, devem servir de modelo para que outras ações possam surgir e proporcionar um efeito semelhante em outras cidades do país.

É possível afirmar que, diante dos dados analisados, a organização pesquisada desenvolve ações e programas compatíveis com o que se convencionou denominar Responsabilidade Social. Todavia, não se esgota aqui este tema, pois existem inúmeros projetos desenvolvidos por diversas empresas dos mais variados ramos, não só do Brasil, mas também em todo o mundo, e necessidades que ainda não foram atendidas por instituições públicas, empresas do terceiro setor e empresas privadas, cabendo também às últimas identificá-las e atendê-las para melhorar o bem estar da sociedade e, conseqüentemente, melhorar sua imagem perante o mercado consumidor, proporcionando futuros bons negócios.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALFABETIZAÇÃO SOLIDÁRIA. <http://www.alfabetizacaosolidaria.org.br>. Acessado em 18/07/2006.

ASSOCIAÇÃO CRISTÃ DE MOÇOS. <http://www.acm-rs.com.br>. Acessado em 18/07/2006.

BOFF, Leonardo. Saber cuidar: Ética do humano – compaixão pela terra. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

CENTRO DO MENOR. <http://www.salesianos-centrodomenor.org>. Acessado em 18/07/2006.

CMMAD – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Nosso Futuro Comum. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Administração, tarefas, responsabilidades, práticas. São Paulo: Pioneira, 1975.

MISSÃO CRIANÇA. <http://www.missaocrianca.org.br>. Acessado em 18/07/2006.

NASCIMENTO, Geomar Finardi. Responsabilidade Social: um novo desafio para a Brasil Telecom. Florianópolis, UFSC, Departamento de Ciências da Administração, 2001.