

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade em diferentes setores

A PRÁTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO DE CASO EM UM CENTRO DE INCLUSÃO DIGITAL

THE PRACTICE OF SOCIAL RESPONSIBILITY: A CASE STUDY IN A CENTER FOR INCLUSION

Felix D Ávila, Lucas Veiga Ávila, Caroline Rossetto Camargo, Lúcia Rejane da Rosa Gama Madruga, Junior de Mello e Adilson Carlos da Rocha

RESUMO

A responsabilidade social é um tema novo e crescente na economia, tornando-se um dos caminhos primordiais para as empresas que buscam a excelência, e, estão preocupadas com suas ações e relações sociais entre *Stakeholders* e clientes. Por isso, os Centros de Inclusão Digital (CID), busca promover a inclusão digital e estimular a responsabilidade social e o empreendedorismo para ampliar a cidadania. Este trabalho tem como objetivo identificar os principais benefícios que o CID proporciona aos seus participantes. Para realização deste estudo foi realizado uma pesquisa de caráter qualitativo e quantitativo, utilizando como instrumento de coleta de dados, um questionário semiestruturado, contendo 19 questões de múltipla escolha e outras abertas para a coordenadora do projeto. Foi aplicado outro instrumento com 18 questões aos participantes, com o intuito de analisar a satisfação e percepção dos usuários. Verificou-se como principais resultados, que os cursos mais utilizados pelos usuários são de introdução à informática; internet e *Office*.

Palavras-chave: Responsabilidade Social; Sustentabilidade; Inclusão Digital.

ABSTRACT

Social responsibility is a new theme and growing the economy, making it one of the primary ways for companies seeking excellence, and are concerned about its actions and social relations between stakeholders and customers. Therefore, the Digital Inclusion Centers (DIC), seeks to promote digital inclusion and encourage social responsibility and entrepreneurship to expand citizenship. This study aims to identify the main benefits that the ICD provides its participants. For this study was conducted a survey of qualitative and quantitative, using as instrument for collecting data, a semi-structured questionnaire containing 19 multiple choice questions and other open to the project coordinator. Was applied to another instrument with 18 questions to the participants, in order to analyze the users' perception and satisfaction. It was found as main results, which courses are most used by users of introduction to computer science; office and internet.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Sustainability, Inclusion.

1. INTRODUÇÃO

Gerações futuras, aquecimento global, inclusão, conectividade, equidade, prudência e segurança parecem ser tópicos não comumente tratados pela lógica organizacional. O desenvolvimento sustentável nas organizações, quando considerado da forma isolada, questiona a própria existência da empresa, a distribuição da riqueza gerada, a lógica do incentivo ao consumo, suas relações com o entorno, sua forma de lidar com os empregados, o futuro da humanidade, uma vivência independente e inserida em sociedade (ESTEVEZ, 2009).

As discussões relacionadas ao desenvolvimento sustentável do planeta são cada vez mais decorrentes em diferentes contextos e áreas do conhecimento. Em virtude dos inúmeros problemas sociais e ambientais que vêm ocorrendo nas últimas décadas, e a fim de garantir condições de sobrevivência para as gerações futuras, são crescentes os movimentos em prol do desenvolvimento sustentável, definindo como o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer com a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações (CMMAD, 1991).

O conceito de sustentabilidade foi introduzido no início da década de 1980 por Lester Brown, fundador do *Worldwatch Institute*, que definiu comunidade sustentável como a que é capaz de satisfazer às próprias necessidades sem reduzir as oportunidades das gerações futuras (TRIGUEIRO, 2005). Igualmente, numa adaptação da definição de desenvolvimento sustentável da ONU em 1991, e incorporando o conceito de *stakeholders*, definem sustentabilidade corporativa como a capacidade de atendimento das necessidades dos *stakeholders* atuais das empresas, sem comprometer a capacidade de atendimento das necessidades futuras (BARBIERI E CAJAZEIRA, 2009).

Nesse novo modelo da economia, o Brasil é um dos países onde mais avança o conceito de sustentabilidade e a aplicação de tecnologias capazes de oferecer alternativas eficientes de desenvolvimento sustentável. As organizações que praticam a busca pela gestão socioambiental orientada estão obtendo vários ganhos de caráter intangível como a imagem de marca e reputação, além de valores intangíveis, como solidariedade, projetos etc.

Atualmente, para as empresas manterem-se competitivas, e vivas no mercado de atuação, elas precisam realizar modificações e implementações de novos sistemas de gestão, nas áreas econômicas, sociais e ambientais. Porém, é necessário que as empresas tenham responsabilidade em suas ações, na qual se denomina de responsabilidade social. Segundo o instituto ETHOS de responsabilidade social (2012), as empresas que tenham apenas foco em interesses econômicos dos acionistas, se tornaram insuficientes no mercado atual. É necessário que as empresas busquem excelência nos processos, tenham responsabilidade social, e que seus objetivos estejam alinhados nas relações da sustentabilidade econômica, social e ambiental.

Segundo Instituto ETHOS (2012), as empresas socialmente responsáveis estão melhores preparadas para assegurar a sustentabilidade em longo prazo dos negócios, por estarem sincronizadas com as novas dinâmicas que afetam a sociedade e o mundo empresarial. Uma empresa é socialmente responsável, quando ela vai além da obrigação de respeitar as leis, recolher impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa (ETHOS, 2012).

Diante desse contexto, o presente estudo visa responder ao seguinte questionamento: Quais os benefícios que o Centro de Inclusão Digital – proporciona aos seus participantes? Tal problemática nos remete aos seguintes objetivos. Como objetivo geral, visa identificar os principais benefícios que o CID proporciona aos seus participantes. Como objetivos específicos: (1) Descrever como ocorrem as ações do projeto inclusão digital; (2) Identificar o

perfil dos participantes e suas percepções sobre os benefícios do projeto; (3) Verificar as principais vantagens que o projeto promove aos participantes na visão de seu coordenador.

2. REVISÃO DA LITERATURA

O desenvolvimento sustentável ou sustentabilidade é um movimento muito amplo, que abrange o campo empresarial e a responsabilidade dos gestores. A responsabilidade social está ligada ao cumprimento dos deveres e obrigações dos indivíduos e empresas com a sociedade em geral. Através desse conceito, torna-se necessário apresentar neste capítulo os temas que sustentam esse trabalho: sustentabilidade, responsabilidade social e a responsabilidade social no setor bancário.

2.1 Sustentabilidade

Estudos de Nascimento (2008) salientam que as empresas e organizações começaram a realizar busca pelo desenvolvimento sustentável há quase três décadas. O termo desenvolvimento sustentável, foi abordado pela primeira vez pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) em 1991, tem sido um princípio básico do desenvolvimento nacional em todos os países, mesmo em cada região ou cidade. A Cimeira da Terra “carta da terra” de 1992, realizada no Rio de Janeiro (Brasil) concordou em implementar a Agenda 21, que convidou os países a desenvolver indicadores de sustentabilidade a nível nacional e também pediu uma nova orientação de toda a educação para a sustentabilidade (UNCED, 1992).

Mais recentemente, as Nações Unidas também declarou a "Década das Nações Unidas da Educação para o Desenvolvimento Sustentável" (2005-2014). O objetivo central da Década é integrar os conhecimentos e valores de desenvolvimento sustentável em todos os aspectos da aprendizagem e para incentivar mudanças de comportamento que conduzam a uma sociedade mais sustentável (NASCIMENTO, 2008).

Uma vez que, as organizações que praticam a busca pela gestão socioambiental orientada, estão obtendo vários ganhos de caráter intangível como a imagem positiva de marca e reputação, além de valores intangíveis, como solidariedade, projetos etc. No entanto, se as empresas realmente praticarem o discurso normalmente correto, de que a sustentabilidade e a responsabilidade social são produtos da organização, elas vão colher bons resultados, desde aumento de produtividade, lucratividade, funcionários e gestores mais responsáveis sustentavelmente.

Conforme Barbieri e Cajazeira (2009) a sustentabilidade confronta toda e qualquer ideia de proposta autoritária, o desenvolvimento é um direito humano cada um deve ser beneficiado, incluindo-se também a atividade pública e sua dimensão institucional suas relações com outras sociedades, pois não basta apenas garantir direitos e recursos, é preciso fazer com que cheguem a todos com eficiência.

Diante das discussões apresentadas, pesquisas apontam que a sustentabilidade, juntamente com a responsabilidade social é um caminho para a salvação da civilização, bem como uma estratégia das empresas para manterem-se vivas no mercado, através de estratégias englobadas, na qual seus produtos, ferramentas e tecnologias atendam aos objetivos e princípios de um público sustentavelmente correto.

2.2 A responsabilidade social

A responsabilidade social, na concepção de Bessant e Tidd (2009) é um conceito muito amplo, que se discute em várias áreas do conhecimento, pois é um tema novo que começou a ser implementado nas organizações a partir do desenvolvimento sustentável e principalmente, de exigências impostas por normativas, regras de instituições, planejamento, participações de órgãos ativos em avaliações, e por livre interesse por parte dos gestores, em

realizar ações sustentáveis de forma responsável. Bessant e Tidd (2009) salientam que uma empresa responsável socialmente, é aquela que alia os conceitos da sustentabilidade (econômico, social, ambiental) em suas ações, seja no convívio com seus colaboradores, nas ações com o seu entorno, nas estratégias perante seus clientes e fornecedores, na compra de matéria prima ou na venda de seus produtos.

No campo da responsabilidade social, existem inúmeros estudos e práticas adotadas por empresas, que integram o conceito da sustentabilidade em seus objetivos e metas. Estudos de Karkotli e Aragão (2004) salientam que a responsabilidade social deve ser entendida como uma obrigação que a organização tem com a sociedade, ou seja, responder por ações próprias ou de quem a ela esteja ligada (fornecedores, clientes), tornando-se um agente de transformação social, em seu entorno e nas suas relações sociais com o habitat presente.

Karkotli e Aragão (2004) salientam que como nos atos humanos, qualquer organização independentemente do tamanho, setor, atividade ou lugar, tem liberdade para se instalar (viver), se desenvolver e prosperar. Porém, segundo os mesmos autores, existe em contrapartida a obrigação de atuar como corresponsável pelo desenvolvimento e bem-estar dos agentes do seu entorno. Já as pesquisas de Tenório (2006) apresentam que a responsabilidade social é vista como uma mudança de valores impostas pela sociedade tais como: a valorização do ser humano, o respeito ao meio ambiente, a busca de uma sociedade mais justa e uma organização de vários objetivos.

No entanto, diante desses conceitos, de Karkotli e Aragão (2004) e Tenório (2006) as empresas tornam-se peças importantes, para o andamento no processo, seja por meio de suas ações empresariais ou participações na sociedade. Pois a responsabilidade social aliada com a sustentabilidade, para muitas empresas, tem apresentado como efeitos de estratégias empresariais, como marketing, publicidade ou propaganda. Porém, é necessário que as empresas tenham muito cuidado, pois a sustentabilidade é considerada como uma estratégia para fomentar ações, programas para salvar a civilização, o meio ambiente e o habitat dos indivíduos.

Diante desse contexto, o tema de responsabilidade social estará presente na formação de estudantes, fortalecendo o compromisso e ações para garantir melhores resultados no campo da pesquisa e empresarial.

2.2.1 Responsabilidade Social Empresarial

Para Nascimento (2008) as empresas que possuem estratégias responsáveis para a sustentabilidade, são diferenciadas no mercado, por meio de seu planejamento arrojado, sua visão estratégica sustentável, profissionais orientados para a mudança, seus produtos “verdes” para o consumo adequado, tecnologias e ferramentas, e principalmente, a imagem da organização perante seus clientes e fornecedores.

Diante do exposto por Nascimento (2008) sobre as ações para mercado, a empresa deve programar-se, para manter-se à ótica da sustentabilidade em suas ações. Estudos de Cardoso (2002) confirmam que o conceito de responsabilidade social deve ser entendido a dois níveis. O nível interno que se relaciona com os trabalhadores, e todas as partes interessadas e afetadas pela empresa, que podem influenciar no alcance de seus resultados, e o nível externo, que tem em conta as consequências das ações de uma organização sobre os seus componentes externos, o ambiente, os seus parceiros de negócio e o meio envolvente.

Pesquisas de Tachizawa (2009) salientam que a responsabilidade social está diretamente relacionada à gestão ambiental, pois uma complementa a outra. Desse modo, a responsabilidade social e ambiental pode ser resumida no conceito de efetividade, com o alcance dos objetivos organizacionais e de seu desenvolvimento econômico-social, como apresenta-se:

- Redução do uso de energia por quantidade de produto fabricado, recuperação ou reciclagem de água por quantidade de produto fabricado;
- Mudança na composição, desenho e embalagem do produto para tornar seu uso menos danoso para a sociedade;
- Controle recuperação ou reciclagem das descargas líquidas da atividade industrial e de gases e emissões gasosas geradas pelas atividades industriais;
- Redução do uso de matérias-primas por qualidade de produto fabricado ou substituição de fonte de energia;
- Disposição adequada de resíduos sólidos e de lixo industrial;
- Reciclagem de sucatas, resíduos ou refugos;
- Mudança nos procedimentos de estocagem, transporte, manuseio logística dos produtos e materiais perigosos;
- Seletividade de fornecedores/distribuidores ambientalmente corretos;
- Expansão dos investimentos em controle ambiental;
- Desenvolvimento/aperfeiçoamento de sistemas de auditoria ambiental;
- Habilitação da organização para rotulagem ambiental;
- Projetos sociais em meio ambiente, educação, saúde, cultura, de apoio a criança e ao adolescente e em voluntariado;
- Imagem ambiental da empresa para fins de marketing (TACHIZAWA, 2009).

No entanto, como apresentado, a responsabilidade social inclui toda a administração, o governo, as universidades, os hospitais, entidades de classe, associações religiosas, enfim, as organizações em geral. Os termos de responsabilidade social da administração são sempre sinônimos de responsabilidade social das empresas, até mesmo porque a administração tem total controle sobre as mesmas. Baseia-se que as organizações são instituições sociais, pois elas existem somente com a autorização da sociedade, utilizam recursos da mesma e afetam a qualidade de vida da sociedade. É justo que as empresas tenham responsabilidade em relação à sociedade (CAJAZEIRA, e BARBIERI, 2009).

Estudos de Ashley (2006) sobre a responsabilidade social apresentam que os primeiros movimentos aconteceram na década de 1970, quando começou a Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) colocando em debate o balanço social, o que lembra a maneira decisiva sobre a importância social das empresas. Já na década de 1980, a Fundação do Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES, 2008) elaborou um modelo de balanço social das empresas, tornando-se o maior acontecimento da década sobre o assunto. Na década de 1990, o processo de responsabilidade social aconteceu por meio da adesão crescente do terceiro setor e dos institutos de pesquisa, que passaram a considerar o conceito como parte das diretrizes de suas estratégias, o que estimulou o desenvolvimento de trabalhos acadêmicos, possibilitando a introdução das disciplinas voltadas para gestão ambiental e responsabilidade social.

Já na primeira década deste século, os movimentos sobre a responsabilidade empresarial, ganharam maior espaço e fortaleceram-se através de pesquisas, apoio institucional através das universidades, congressos, fóruns etc. Atualmente, dentre os inúmeros institutos, destaca-se o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE, 2008) que promove a divulgação dos balanços sociais da empresa e a importância em demonstrar através dele em que tipos de projetos sociais investem seus fundos, não apenas de maneira assistencial, mas também de maneira eficaz.

No entanto, a responsabilidade social no Brasil é amplamente discutida nos meios acadêmicos e empresariais, seus defensores afirmam que o comportamento é socialmente responsável como um fator diferencial que ajuda a construir e consolidar a marca empresarial, representando um investimento para a sustentabilidade e o sucesso ao longo prazo (GRAJEW, 2000).

No campo empresarial destacam-se os estudos de Karkotli e Aragão (2004) ligados as estratégias e práticas adotadas pelas empresas para investimentos em projetos sociais. Sendo assim a organização é identificada por várias premissas sendo elas:

- Gerar valores para os agentes internos: proprietários, investidores e colaboradores para que justifiquem os recursos financeiros humanos e materiais utilizados pela empresa;
- Gerar valor para a sociedade: governo, consumidores e o mercado em geral disponibilizando bens produtos e serviços gerando qualidade e utilidade para todos;
- Prestar informações verdadeiras;
- Promover comunicação transparente e eficaz para os colaboradores e agentes externos;
- Recolher tributos devidos;
- Racionalizar a utilização de todos os recursos naturais e providenciar medidas de proteção e preservação ambiental;
- Incentivar a participação de dirigentes acionistas e funcionários na solução dos problemas da sociedade.

Diante do apresentado, para uma empresa tornar-se responsavelmente sustentável, deve atender á vários critérios e regras, que são primordiais para o andamento das atividades e das ações estratégicas. Uma organização que atua responsavelmente pode obter várias vantagens, como aumento na sua lucratividade, benefícios em financiamentos e projetos, novos produtos e, principalmente adesão de novos clientes.

2.3 A responsabilidade social no setor bancário

A responsabilidade social corporativa, segundo instituto ETHOS (2012) 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.

A Sustentabilidade corporativa não significa necessariamente maiores custos, processos mais burocráticos e menores retornos financeiros. Sustentabilidade repousa em uma visão de negócios onde desempenho sócio ambiental caminha lado a lado ao desempenho econômico - uma mudança de modelo que prioriza a continuidade e a eternidade da organização. Em algumas situações, a melhoria no desempenho socioambiental pode gerar ganhos financeiros de curto prazo para as organizações – vide, por exemplo, oportunidades procedentes da comercialização de créditos de carbono. Em outras, esta melhoria pode não gerar benefícios imediatos, porém traz à empresa ganhos em longo prazo, que contribuem justamente para o sucesso contínuo e perene da organização. Assim, uma situação onde melhorias socioambientais estão ligadas primariamente a perdas econômicas viola um dos tripés da sustentabilidade, e não é sustentável (MACHADO FILHO, 2011).

Estudos da Federação Brasileira do Desenvolvimento Sustentável FBDS (2007), a sustentabilidade corporativa pode estar presente em empresas do setor financeiro de diversas formas. Em alguns casos, ela se faz mais presente na criação de novos produtos com características específicas ligadas à inclusão social ou à preservação ambiental, por exemplo. Em outros, há maior esforço na mudança de processos existentes, como a inserção de análise de riscos socioambientais no processo de avaliação de risco de crédito ou, ainda, na utilização de critérios de sustentabilidade na seleção de fornecedores. Um terceiro grupo de empresas preocupa-se com ambas as dimensões.

Na concepção de Tachizawa (2009, p.235) o setor financeiro:

“é um setor cuja rentabilidade das empresas que o compõem esta diretamente vinculada às macro políticas econômicas, em que períodos de alta inflacionária estão associados a altas margens de rentabilidade, ou alternativamente, em períodos normais da economia, rentabilidade baseada na intermediação financeira e expansão de suas operações normais.”

Estudos de Tachizawa (2009) apontam que existem 07 (sete) estratégias que geralmente se praticam em instituições bancárias: (1) projetos sociais em meio ambiente, (2) educação, (3) saúde, (4) cultura, (5) apoio a criança e ao adolescente, (6) voluntariado e (7) divulgação da imagem da empresa através de patrocínios para fins de marketing.

A prática de responsabilidade social é uma via de duas mãos, há muito tempo existe um forte compromisso dos bancos com a prática social, como afirma Antônio Matias, diretor executivo da Federação Brasileira dos Bancos – FEBRABAN. Matias diz que a relação dos bancos com a sociedade é marcada pela busca da transparência na relação com clientes, fornecedores, colaboradores e meio ambiente (FEBRABAN, 2011).

No ano de 2011, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) realizou uma pesquisa com os seis bancos com maior concentração de clientes no Brasil: Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Bradesco, Santander, Itaú e HSBC. “O objetivo é informar aos consumidores as ações de RSE (Responsabilidade Social Empresarial) dos bancos e avançar no diálogo para a melhoria de suas práticas e políticas”, como apresenta a Figura 1.

Ranking de Responsabilidade Social Empresarial dos Bancos

Bancos	Posição no Ranking	Resultado	Classificações
Banco do Brasil	3,10	Bom	Muito Ruim – de 0 a 1,00 Ruim – de 1,01 a 2,00 Regular – de 2,01 a 3,00 Bom – de 3,01 a 4 Muito Bom – de 4,01 a 5
CEF	2,7	Regular	
Bradesco	2,46	Regular	
Santander	2,46	Regular	
Itaú Unibanco	2,34	Regular	
HSBC	0,24	Muito Ruim	

Figura 1: Ranking de responsabilidade social empresarial dos bancos.

Fonte: FENABRAN (2011).

O Banco do Brasil foi o que obteve melhor resultado, ficou em primeiro lugar no ranking de avaliação da responsabilidade socioambiental, classificado como “bom”. O resultado do HSBC, único banco que obteve “muito ruim” na nota geral, se deve principalmente por não ter participado da pesquisa em todas as variáveis (IBDC, 2011).

Os bancos possuem várias ações importantes voltadas para a prática de responsabilidade social, como a concessão de empréstimos com base em créditos socioambientais, e democratização através de microcréditos e empréstimos a juros baixos dando acesso de crédito a todos. Ampliação de correspondentes bancários facilitando o acesso a toda a sociedade, produtos como títulos de capitalização com parte do seu lucro voltada para projetos sócios ambientais, centros de educação prestando estudo de qualidade para toda a sociedade.

Segundo o IBASE (2011) a adoção da responsabilidade social corporativa pelo setor bancário é um fenômeno em expansão. O próprio desenvolvimento do capitalismo e as

contradições inerentes ao sistema requerem do empresariado uma nova postura em relação à sociedade e ao meio ambiente. Incorporar as demandas sociais principalmente nos países em desenvolvimento, onde as condições de vida dos segmentos mais pobres da população constituem uma denúncia da desigualdade social, passa a ser minimamente uma resposta ética e necessária. Principalmente o setor dos intermediários financeiros, por ser historicamente associado à especulação, a uma atividade não produtiva, precisa dar respostas concretas e eficazes às demandas que, no Brasil, começam a ganhar consistência política a partir do processo de abertura, e se firmando na década de 90.

Atualmente, estudos do IBASE (2011) apontam que o empresariado Brasileiro, e no caso em estudo, o setor bancário, incorpora discursos e práticas do Terceiro Setor, utilizando a justificativa do bem comum para a adoção de resultados alcançados sobre práticas sociais. Por sua complexidade, o setor bancário deve ser hoje, um multiplicador de práticas bem sucedidas. Já existem ações de responsabilidade social a partir da união de diversas instituições financeiras, como o Programa Aliança Social pela Educação, que criou, em 2000, o Programa Banco Escola. A Aliança é formada pelo ABN Amro Bank, Citibank, Fundação Banco do Brasil, JP Morgan e Santander Banespa.

No entanto, considera-se importante ressaltar aqui uma linha investigativa que merece ser visitada, qual seria a transformação da Responsabilidade Social em um negócio rentável, que vai muito além do posicionamento da marca. Bancos como o Bradesco, HSBC e principalmente o ABN Amro Real, têm desenvolvido estratégias de incorporação da RSC na própria essência da atividade bancária, criando produtos inerentes a sua atividade e que, no entanto, ficam arrolados como práticas de Responsabilidade Social (FEBRABAN, 2011).

3. MÉTODO

O estudo classifica-se como um estudo bibliográfico e descritivo, pois os dados, após tabulados, serão tratados, descritos, analisados e contextualizados, com a finalidade de apresentar os resultados apresentados nos objetivos do estudo. Conforme Furasté (2008, p.33), a pesquisa bibliográfica “baseia-se fundamentalmente no manuseio de obras literárias, quer impressas, quer capturadas via internet”. Por sua vez, a pesquisa descritiva, conforme Cervo, Bervian e Da Silva (2007, p. 61) “observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Procura descobrir, com maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e suas características”.

Como estratégia utilizou-se do estudo de caso, pois será realizado em apenas uma organização (CID). Cervo, Bervian e Silva (2007) afirmam que estudo de caso é a pesquisa sobre determinado indivíduo, família, grupo ou comunidade que seja representativo de seu universo, para examinar aspectos variados de sua vida.

Quanto à abordagem do problema classifica-se como um estudo quantitativo e qualitativo, pois se utilizou de um instrumento de coleta de dados contendo 19 perguntas de múltipla escolha e perguntas abertas a coordenadora do projeto, e outro instrumento com 18 questões aos participantes com o intuito de analisar a satisfação e percepção dos usuários.

A coleta dos dados foi realizada em duas etapas, a primeira etapa foi feita com a coordenadora do projeto e a segunda com os usuários, sendo que o instrumento foi aplicado a 21 alunos que realizam cursos no CID, onde todos responderam ao questionário.

Quanto aos dados foram extraídas fontes primárias e secundárias, segundo Marconi e Lakatos (1999, p. 28), as fontes primárias são “extraídas de dados históricos, bibliográficos e estatísticos, arquivos oficiais e particulares; registros em geral; informações, pesquisas e material cartográfico; e as fontes secundárias são da imprensa em geral e obras literárias, além de outras pesquisas já realizadas”.

4. CENTRO DE INCLUSÃO DIGITAL (CID)

Os Centros de Inclusão Digital – CIDs – são laboratórios de informática criados para as comunidades carentes, com o objetivo de promover a inclusão digital e estimular a responsabilidade social, o empreendedorismo para ampliar a cidadania.

O projeto ganhou força e se tornou realidade em 2004, com a inauguração das primeiras unidades. Em 2005, o número chegou a 40 unidades e atualmente, há 81 Centros de Inclusão Digital ativos, nos quais ocorreram mais de 100 mil acessos em 2011.

Em cada CID há parcerias locais com ONGS, universidades, órgãos públicos, instituições, entre outros. Os centros visam a propiciar um ambiente virtual e presencial à comunidade local e um espaço de aprendizagem, onde alunos podem acessar os cursos da Escola Virtual e usufruir de recursos tecnológicos. Na medida em que o projeto se consolida, valoriza-se sua sustentabilidade. As comunidades apropriam-se dos equipamentos e buscam meios para continuar o projeto.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados e análises da pesquisa no CID. O trabalho deu-se por meio da aplicação de um instrumento para coleta de dados em duas fases. No entanto essas duas etapas de coletas serão delineadas em abordagens visando responder ao seguinte questionamento: Quais os benefícios que o Centro de Inclusão Digital –proporciona aos seus participantes? Como objetivo geral, visa identificar os principais benefícios que o CID proporciona aos seus participantes. Além de levantar argumentos para cumprir com os objetivos específicos que virão descrever como ocorre as ações do projeto inclusão digitais; Identificar o perfil dos participantes e suas percepções sobre os benefícios do projeto; e, por fim verificar as principais vantagens que o projeto promove aos participantes na visão de seu coordenador local. O nome da entidade bancária que mantém o CID será suprimido nessa pesquisa.

5.1 Resultados da coordenação do projeto

Neste subcapítulo apresentam-se os resultados da pesquisa realizada junto à coordenação do projeto, como se apresenta na Tabela 1.

Tabela 1 – resultados da pesquisa junto ao coordenador do projeto

Questionamento	Resultado
1- Quanto ao gênero	Feminino
2-Que idade você possui	33
3-Qual é seu estado civil	Separada judicialmente
4-Nível de escolaridade	Ensino Superior completo
5- Quantos anos você atua nessa função	03 anos
6-Você possui alguma remuneração para coordenador o CID	Não

Fonte: dados da pesquisa

No que se refere a Tabela 1, verifica-se que a coordenadora do projeto possui ensino superior e já atua a mais de 03 anos na função, sem possuir remuneração no cargo.

Quanto aos questionamentos realizados dentre as 19 perguntas, serão apresentados às constatações. A pergunta 7 refere-se sobre *qual a carga horária dos cursos oferecidos e em*

qual período o centro funciona? “O centro de inclusão funciona durante todo o horário de atendimento da biblioteca pública, porém a carga horária dos cursos oferecidos varia de acordo com a disponibilidade de horário do próprio aluno. Atualmente no turno da manhã existem turmas periódicas, enquanto o atendimento a comunidade é em horário integral”.

Foram realizadas algumas perguntas referentes as avaliações do CID. Na questão de número 8 questionou-se: *Como você avalia o nível de aprendizado dos alunos que realizam cursos na unidade?* A coordenadora julga como bom.

Já a questão número 9, *como você avalia a preocupação da Instituição nesse projeto?* A coordenadora avalia como muito bom. Dando continuidade as questões a pergunta de número 10, abordou: *Como você avalia o papel social da Fundação perante a comunidade?* A coordenadora revela ser muito bom.

Com relação ao *grau de satisfação em relação aos alunos atuantes no CID*, questão de número 11, obteve-se como resposta: Muito bom. No entanto, diante dessa constatação bem como as demais respostas, verifica-se que a coordenadora avalia o projeto como muito bom, pois os alunos estão satisfeitos com o projeto, a instituição bancária realiza um apoio incondicional, seja através de recursos econômicos investidos na comunidade, ou prospectando uma melhor qualidade de vida, e fortalecendo a inovação das tecnologias na vida dos alunos.

A pesquisa buscou verificar também como está o andamento dos cursos, números de alunos entre outras informações relevantes. Outrossim, realizou-se algumas perguntas a coordenadora para levantar esses dados. A questão de número 12 buscou verificar *quais são os principais cursos que o projeto CID realizou nos últimos 12 meses*. De acordo com coordenadora: “Foram os cursos de Introdução à informática; Internet e Office.” Apesar de serem cursos de formação básica, inúmeros participantes ainda desconhecem tais ferramentas.

Quais foram as mudanças que aconteceram após a inclusão do projeto na vida dos alunos, essa foi a questão de número 13, onde obteve-se como resposta: “Satisfação, Realização mediante a inclusão digital”.

“A inclusão digital é o direito de acesso ao mundo digital para o desenvolvimento intelectual (educação, geração de conhecimento, participação e criação) e para o desenvolvimento de capacidade técnica e operacional” (PASSERINO, MONTARDO, 2007, p. 6). Nesse sentido, percebe-se que os objetivos do projeto encontram-se de acordo com o conceito de inclusão digital, pois como afirma Warschauer (2006, p. 24) “focalizar na transformação e não na tecnologia”.

De acordo a coordenadora atualmente o projeto conta com 50 alunos matriculados. Verifica-se que o projeto está bem organizado, pois possui em torno de 50 alunos que buscam a realização de cursos de introdução a informática, internet e Office. Diante desses resultados, deixa claramente transparecer que são jovens que possuem necessidades econômicas, pois os mesmo buscam conhecimentos através de cursos básicos, de operacionalização de computadores, bem como acessar a internet.

Quanto aos objetivos que se refere ao projeto e a responsabilidade social realizou alguns questionamentos. A questão 15 procurou identificar *quais os principais benefícios e vantagens que levam os alunos a procurarem este projeto*, obteve como resposta “a gratuidade, a acessibilidade em função de horários”. Já a questão 16 buscou-se *perceber o conhecimento sobre responsabilidade social segundo a percepção da coordenadora do projeto*, que respondeu: “É a contribuição positiva para uma sociedade melhor beneficiando pessoas e comunidades em geral”. Diante de tal resposta fica evidente a preocupação da coordenadora não somente com os alunos participantes, mas com toda a comunidade.

Quanto ao projeto CID, a Instituição Bancária vem a cada ano realizando inúmeros investimentos de responsabilidade social, em ações de melhorias e na busca por maior qualificação dos cidadãos. Pergunta 17: *Como você avalia as ações do Projeto CID em?* É

avaliado pela coordenadora como bom. Já a pergunta de número 18, buscou identificar *como a coordenadora avalia a responsabilidade social do projeto perante a sociedade?* “bom”.

A última questão feita a coordenadora do curso, foi com relação *ao objetivo do CID, verificando como avalia a unidade nesse processo*. De acordo com a coordenadora o processo é “muito bom”. A Fundação visa incentivar através do projeto CID a informação e capacitação de jovens. Esses investimentos, bem como na unidade, possui um bom conceito perante a visão da coordenadora. Outrossim, verifica-se que ela é motivada pelo que faz, pelo fato de não receber remuneração e se envolver fortemente nas ações do projeto. Cabe salientar, que o projeto é bem visto por ser gratuito, além de ser compatível aos horários, permitindo a flexibilidade e ajustes para que os alunos mantenham sua participação nos cursos sem afetar nos seus estudos.

5.2 perfil dos participantes

Nesse subcapítulo são apresentados os resultados a respeito dos participantes da pesquisa – alunos do CID SM. A amostra total foi de 21 alunos. Os resultados revelam bons resultados que devem ser analisados e verificados, pois os mesmos ajudam a planejar o CID para à longo-prazo.

5.2.1 Perfil dos Participantes

Quanto ao gênero dos respondentes verificou que grande maioria dos alunos é do sexo feminino com 61,9% e 38,1% homens. Diante desses resultados, fica claro, que as mulheres encontram-se mais focadas no mercado de trabalho, pois elas representam quase que o dobro do corpo discente no CID.

Quanto à idade (Tabela 2), verifica-se que 73,4% das pessoas possuem 31 anos ou mais, já 26,6% das pessoas possuem entre 16 a 30 anos. No entanto, cabe salientar que público que participa das capacitações do CID é adulto. Igualmente, diante dos resultados da entrevista com a coordenadora, na qual revelou que os cursos mais procurados são de internet e office. No entanto, justifica-se que a grande procura é intensificada pelas mídias sociais, seja através da utilização de computadores ou no uso de telefonia móvel. Cabe salientar, que o público é bastante sazonal, pois em épocas de férias cresce a busca por cursos por parte de alunos com idade menor que 20 anos.

Tabela 2 – Que idade você possui

Que idade você possui			
Entre 10 e 15 anos	0%	Entre 26 e 30 anos	26,60%
Entre 16 e 20 anos	0%	Entre 31 e mais de 40 anos	73,40%
Entre 21 e 25 anos	0%		

Fonte: dados da pesquisa

Quanto ao estado civil, verifica-se que 60,70% são solteiros e apenas 35,30% são casados. A Tabela 3 mostra o resultado do questionamento sobre os alunos possuírem filhos, 47,7% possui um filho ou nenhum. Enquanto 52,3% possui dois filhos ou mais. Fato que representa grande maioria da população brasileira.

Tabela 3 – Você possui filhos atualmente

Você possui filhos atualmente			
Nenhum ou Um	47,70%	Dois ou mais	52,30%

Fonte: dados da pesquisa

Já no que se refere a residência, a Tabela 4 mostra que 57,14% possui casa própria, e 42,86% possui casa alugada. Verifica-se que quase a metade do colaboradores, precisam de rendimentos para pagamentos de aluguéis, fato que causa preocupações nos entrevistados.

Tabela 4–Você reside em casa

Própria	57,14%
Alugada	42,86%

Fonte: dados da pesquisa

Os resultados revelam, de acordo com a Tabela 5, que a grande maioria dos alunos do CID moram sozinhos. Cabe salientar que a cidade, é conhecida por possuir um grande número de estudantes, que vem buscar crescimento profissional através de estudos nas universidades. Apenas 19,05% dos alunos vivem com mais de 01 pessoa.

Tabela 5 – Quantas pessoas residem em sua moradia

Uma	80,95%	Duas ou mais	19,05%
-----	--------	--------------	--------

Fonte: dados da pesquisa

Quanto ao nível de escolaridade verifica-se que grande maioria está cursando o ensino superior (76,19%), enquanto apenas 23,81% possui o ensino médio (segundo grau completo). Verifica-se que grande maioria dos estudantes está buscando melhorias, pois se encontra realizando o ensino superior. Quanto a renda 83,56% dos respondentes ganham em média até 03 salários mínimos, que equivale atualmente R\$ 1.866,00. E, como menor expressivo 16,44% possui uma renda com 04 salários ou mais.

Quanto ao trabalho, verifica-se, conforme Tabela 6, que grande maioria dos usuários estão desempregada (54,05%), e, 45,95% está exercendo alguma atividade em algum setor específico. Verifica-se de forma preocupante, que metade dos discentes encontra-se desempregados, estão solteiros, moram em casa alugada e recebem até 03 salários mínimos. No entanto, a questão de responsabilidade social da Instituição Bancária está tornando-se muito importante nesse processo, pois através do aporte de cursos, as pessoas terão melhores perspectivas, na vida e no mercado de trabalho.

Tabela 6 – Se você trabalha em qual setor atua Se você trabalha em qual setor atua

Exercendo alguma atividade	45,95%	Não trabalha atualmente	54,05%
----------------------------	--------	-------------------------	--------

Fonte: dados da pesquisa

5.2.2 Avaliação Do CID de acordo com a percepção dos seus alunos

A pergunta 10 retrata *quanto tempo o aluno pertence ao programa*, 56 % afirmam que participam a menos de dois meses. E, 44% dos alunos estão à menos de 03 meses. Na pergunta 11, que visa *verificar como conheceram os cursos do CID*, 57,14% dos alunos foram por meio de publicidade e propaganda. E, 33,33% por meio de colegas, e apenas 14,29% por meio da escola. A pergunta 12 buscou *verificar o papel do CID* - 14,29% dos alunos acham que o Centro ajuda as pessoas necessitadas, mas sempre demonstrando a marca do Banco, para o qual pertence. Enquanto com médias igualitárias e de maior expressão: 42,86% acreditam que o projeto esta preocupado em qualificar os alunos e projetar um futuro melhor. Também 42,86% acreditam que o projeto disponibiliza um ambiente propicio para estudos através da escola virtual.

Quanto ao aprendizado no CID, a pergunta 13, buscou verificar o seguinte contexto com o aluno: *Qual foi seu grande interesse no CID?* Para 42,86% foi aprender a utilizar o computador, acessar a internet e realizar cursos via internet – na escola virtual. Enquanto que para 33,33% foi ser inserido no mercado de trabalho e para 9,51%; estar realizando um curso, mesmo estando desempregado. Para 4,76% vir ao CID nas horas vagas para qualificar-se. E 9,51% dos entrevistados vão para o CID para acessar a internet e assim, manter-se informados. A pergunta 14: *Como o aluno avalia o nível de conhecimento do instrutor?* Todos os respondentes assinalaram a alternativa muito bom (100%). A pergunta 15 buscou verificar o que o aluno tem visto nas propagandas sociais do instituto, em especifico no CID. Os discentes relevaram (100%) não ter conhecimento das propagandas.

Após as perguntas de avaliações e interação entre as práticas do CID, as próximas perguntas visam verificar melhorias e contribuições ao centro. A pergunta 16: *quais são as melhorias que o CID deve realizar para melhor atender aos alunos?* Para 9,52% deve-se contratar novos instrutores. Melhorar a infraestrutura e comprar novos computadores totalizaram 9,52% das respostas, enquanto 90,48% avaliou como grande melhoria a adequação de novos horários. Já a pergunta 17, buscou verificar *a percepção dos discentes, quanto os principais ganhos em participar do projeto*. Aprender a trabalhar com o computador e internet foram as respostas mais citadas, seguido por ter uma pessoa para orientar a fazer qualquer procedimento no PC, e, por fim, o curso ser gratuito. Na última pergunta, de número 18, *o discente atribuiu uma nota ao CID* - O CID obteve uma média de geral de 8,45 perante os 21 respondetes.

Diante dos resultados, observa-se que os usuários do CID estão alinhados aos objetivos do instituto mantido por uma organização bancária. Pois o Banco, através desse projeto social, especificamente de responsabilidade social, visa garantir o envolvimento de jovens, adultos, na inserção de melhores condições de vida. Seja através de minicursos, capacitações e envolvimento com os profissionais responsáveis pela instituição. Cabe salientar, que a marca da instituição financeira, ou propagandas de marketing não estão sendo visíveis pelos usuários. Ou seja, o Banco não está se promovendo perante as ações do projeto. Isso torna-se muito importante perante os conceitos de responsabilidade social. Outrossim, torna-se importante salientar que os usuários estão muito satisfeitos com os colaboradores e instrutores. Cabe ressaltar que os horários se forem ajustados irão gerar um maior grau de satisfação.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Centro de Inclusão Digital (CID) encontra-se já alguns anos realizando essa atividade de inclusão digital para alunos beneficiados ao programa. Verifica-se que a cada ano o centro vem ganhando espaço, e com os objetivos da Instituição Bancária de Responsabilidade Social vem fortalecendo as relações sociais entre o projeto e os envolvidos.

Igualmente, pode-se salientar que para os alunos, tem servido como um caminho muito importante para melhorar as suas relações sociais, obter informação, além de uma infraestrutura adequada para atividades de leituras e relacionamentos com os colegas.

A responsabilidade social é um dos caminhos para as empresas buscarem excelência, bem como uma estratégia das empresas para manterem-se vivas no mercado, através de estratégias englobadas, na qual seus produtos, ferramentas e tecnologias atendam aos objetivos e princípios de um público sustentavelmente correto. Diante desse contexto, o presente estudo visa responder ao seguinte questionamento: Quais os benefícios que o Centro de Inclusão Digital proporciona aos seus participantes? Diante dos resultados apresentados o CID tem realizado um papel muito importante na comunidade santa-mariense. Por meio do projeto, inúmeros alunos já foram beneficiados com as ações do Centro de Inclusão digital.

Como principais resultados, pode-se verificar que os alunos estão satisfeitos com o programa, bem como estão realizando, em sua maioria, cursos ligados a Internet e Office, além dos cursos da escola virtual, que são disponibilizados para formação e complementação de estudos. Outrossim, pode-se salientar que as mudanças após a inclusão digital na vida dos alunos é muito produtiva, pois os mesmos, estão motivados para a busca de melhor qualificação, melhor emprego, desenvolvimento intelectual e geração de conhecimento. Outro fato que pode ser verificado é que a maioria dos discentes são pessoas adultas, que estão na busca de novos caminhos, novas oportunidades no mercado de trabalho. Um dos principais motivos que levou a busca pelo CID, pelos participantes foi por ser um centro de gratuidade e ser acessível aos horários de coleta dos resultados.

Sugere-se para futuros estudos, um maior aprofundamento de pesquisas relacionadas à temática de responsabilidade social e sustentabilidade. Por meio de estudos que visem verificar se o papel do CID está sendo avaliado pelos atores governamentais, pelos empresários, e comunidade do entorno. Também se recomenda que o centro realize com o aval da instituição bancária, uma parceria maior com o poder público, na busca de investimentos, para melhorar as condições de infraestrutura, professores e demais fatores impactantes. Igualmente importante seria criar parcerias com universidades, com objetivo de integrar os acadêmicos com as relações sociais - entre ensino, pesquisa, extensão -, que são fatores importantes para agregar subsídios ao desenvolvimento intelectual, e para vida dos que participam.

REFERENCIAS

ASHLEY, Patricia Almeida *Et al.* **Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: Uma Análise Conceitual Comparativa.** Enanpad. 2000. Atlas, 1999.

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo.** Porto Alegre: Bookman, 2009.

CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis; BARBIERI, José Carlos. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria a pratica/** São Paulo. Saraiva 2009.

CARDOSO, Carlos Cabral. **Responsabilidade social das empresas: Contribuição das Universidades.** São Paulo: Editora Peirópolis, 2002.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia Científica.** 6. ed São Paulo: Prentice Hall, 2007.

CMMAD (1991). Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso Futuro Comum**, 2ª ed. Rio de Janeiro. 1991.

Diário Oficial da União. **A responsabilidade social e sustentabilidade como disciplina.** Resolução Nº2, de 15 junho de 2012 - do Governo Federal Disponível em: <http://www.in.gov.br/imprensa/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=71&data=18/06/2012>.

Acesso em 10 de outubro de 2012.

ELKINGTON, J. **Canibais com garfo e faca.** São Paulo: Makron Books, 2001.

ESTEVEES, S. A. P. Verdades Portáteis. Dilemas, desafios conceituais e limites da sustentabilidade no plano organizacional. **Tese de doutorado** em Administração – PPGA – FGV – SP. 2009.

Ethos – Instituto. RSC. **Responsabilidade social corporativa**. Disponível em: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx. Acesso em 17 de outubro de 2012.

FEDERAÇÃO BRASILEIRA DAS ASSOCIAÇÕES DE BANCOS (FEBRABAN). Disponível em <<http://www.febraban.com.br>>. Acesso em: 26 mar.2009/20 jul.2010

Federação Brasileira do Desenvolvimento Sustentável. **Práticas para a sustentabilidade do setor financeiro**. Disponível em <http://fbds.org.br/fbds/Apresentacoes/Relatorio%20Final%20Bancos.pdf>. Acesso em 08 de outubro de 2012.

FUNDAÇÃO DO INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL E SOCIAL – FIDES. 2008. **Responsabilidade Social**. Disponível em:

http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CDMQFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.sfiec.org.br%2Fportalv2%2Fsites%2Fsesiv3%2Ffiles%2Ffiles%2FLivro%2520de%2520Resp.pdf&ei=L-GLUKbnAY2C9QS9yYHQCA&usq=AFQjCNGGK33S_wNmhfj28O8CHW8T8EEYTQ&sig2=g7O5JG9SH7riTE4A496kUQ. Acesso em 06 de Outubro de 2012.

FURASTÉ, Pedro Augusto. **Normas Técnicas para o Trabalho Científico**: Elaboração e Formatação. Explicitação das Normas da ABNT. Porto Alegre: s.n, 2008.

GIL Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de Pesquisa Social**. 5 ed. São Paulo:

GRAJEW, Oded. O que é responsabilidade Social. **Mercado Global**. São Paulo, ano 27. p. 44 –50, Junho de 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS (IBASE). **Balço social**: transformando a frieza dos números em responsabilidade social. 2008. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em 07 de outubro de 2012.

Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - IBDC: **Pesquisa de satisfação sobre responsabilidade social**. Disponível em: <http://comatidade.com.br/2011/04/28/responsabilidade-socioambiental-do-setor-bancario-passa-por-avaliacao/>. Acesso em 09 de Outubro de 2011.

KARKOTLI, Gilson; ARAGÃO, Sueli Duarte. **Responsabilidade social**: uma contribuição à gestão transformadora das organizações. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

MACHADO Filho, Claudio Pinheiro. **Responsabilidade social e governança**: o debate e as implicações: responsabilidade social instituições, governança, e reputação. CENGACE Learning. São Paulo 2011.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. Técnicas de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1999.

NASCIMENTO, L. F. **Gestão socioambiental estratégica**: a percepção de executivos de pequenas e médias empresas americanas. In: ENANPAD, 29, 2008, Curitiba. Anais. Brasília: ANPAD, 2008.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica**: Projetos de Pesquisas, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

PASSERINO, Liliana Maria; MONTARDO, Sandra Portella. **Inclusão social via acessibilidade digital**: Proposta de inclusão digital para Pessoas com Necessidades Especiais. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 2007.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira/** Takeshy Tachizawa. São Paulo, Atlas 2009.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade social empresarial: Teoria e Prática.** Rio de Janeiro. Editora FGV. 2006.

UNCED - Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Agenda 21 - O Programa das Nações Unidas de Ação do Rio de Janeiro.** Nações Unidas, Nova

WARSCHAUER, Mark. **Tecnologia e Inclusão Social.** A exclusão digital em debate. São Paulo: SENAC, 2006.