



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Administração

BÁRBARA CUNHA DE CARVALHO

**INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO E SEUS RESULTADOS
SOCIAIS: análise do programa Jovem de Expressão do
Grupo Caixa Seguros**

Brasília – DF

2011

BÁRBARA CUNHA DE CARVALHO

INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO E SEUS RESULTADOS SOCIAIS: análise do programa Jovem de Expressão do Grupo Caixa Seguros

Monografia apresentada ao Departamento de Administração como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professora Orientadora: Dra. Helena Araújo Costa

Brasília – DF

2011

Carvalho, Bárbara Cunha de.

Investimento Social Privado e seus resultados sociais: análise do programa Jovem de Expressão do Grupo Caixa Seguros / Bárbara Cunha de Carvalho. – Brasília, 2011.

66 f. : il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração, 2011.

Orientadora: Prof. Dra. Helena Araújo Costa, Departamento de Administração.

1. Responsabilidade Social Empresarial. 2. Investimento Social Privado. 3. Resultados Sociais. I. Título.

BÁRBARA CUNHA DE CARVALHO

INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO E SEUS RESULTADOS SOCIAIS: análise do programa Jovem de Expressão do Grupo Caixa Seguros

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília da aluna

Bárbara Cunha de Carvalho

Dra. Helena Araújo Costa
Professor-Orientador

Dr. Luiz Fernando Macedo Bessa,
Professor-Examinador

Dra. Doriana Daroit
Professora-Examinadora

Brasília, 19 de Janeiro de 2011

Aos meus pais, por todos os conselhos e palavras
de apoio.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Helena Araújo Costa, por acreditar na minha capacidade, por suas palavras motivadoras e contribuições durante esta jornada; agradeço às minhas queridas amigas de curso Rafaela Rocha, Camila Milhomem e Danyella Moura, por me apoiarem e dividirem comigo cada passo dessa etapa. Agradeço também à minha grande amiga Laura de Assis Marques, companheira e confidente em tantos anos de amizade. Por fim, agradeço especialmente, ao Diego Vieira, por me aconselhar e segurar a minha mão em todos os momentos difíceis e por celebrar comigo as minhas vitórias.

“...Tudo que possas ou sonhas fazer, comece. A audácia contém gênio, poder e magia”. (Goethe)

RESUMO

No contexto da sustentabilidade nota-se uma maior visibilidade das ações de investimento social por parte das empresas, assim como uma maior preocupação em acompanhar e avaliar os resultados do investimento realizado, procurando comprovar se ele está trazendo retornos de diversas naturezas: econômicos, sociais e ambientais. Este estudo tem como objetivo investigar os resultados sociais do programa “Jovem de Expressão”, decorrente do Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros. Para tanto, o programa estudado foi avaliado no tocante aos indicadores escolaridade, empregabilidade e violência, considerando a perspectiva dos jovens envolvidos e outros atores chaves. Foi realizada uma pesquisa qualitativa, em que foram utilizados dados primários, obtidos por meio de entrevistas com roteiros semi-estruturados. Foram entrevistados dez jovens participantes do projeto-piloto do programa, a Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros e o Presidente da ONG Grupo Cultural Azulim, parceiro executor do programa. Houve também a verificação de dados secundários, provenientes de documentos fornecidos pelo Grupo Caixa Seguros. A partir da proposta do estudo e da análise dos relatos dos entrevistados, constatou-se que os resultados sociais advindo da realização do projeto-piloto do programa em Sobradinho II foram os seguintes: 1) Em relação à escolaridade, o programa é considerado agente incentivador na tomada de decisão dos jovens a respeito da continuidade dos estudos; 2) Em relação à empregabilidade, o programa possibilita a geração de emprego e renda; 3) Em relação à violência, o programa realiza o seu papel em diminuir a participação dos jovens em ações violentas.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial. Investimento Social Privado. Resultados Sociais.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Modelo de sustentabilidade empresarial – DS	20
Figura 2 - Principais aspectos das áreas de avaliação social	32

LISTA DE QUADROS

Quadro 4.3.1 - Situação atual dos jovens entrevistados referentes à escolaridade e suas respectivas idades	45
Quadro 4.4.1 - Situação atual dos jovens entrevistados referentes à empregabilidade e suas respectivas idades.	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMCHAM - Câmara Americana de Comércio Brasil-Estados Unidos.

BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento

CEPAL - Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe

EAESP - Escola de Administração de Empresas da Fundação Getulio Vargas

FGV - Fundação Getúlio Vargas

GIFE - Grupo de Institutos Fundações e Empresas

GVces - Centro de Estudos em Sustentabilidade Getúlio Vargas

INSS - Instituto Nacional do Seguro Social

ISO - International Organization for Standardization

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

MEC - Ministério da Educação

NEAP - Núcleo de Estudos e Pesquisas de Ações Públicas não Estatais

ONGs - Organizações Não Governamentais

OPAS - Organização Pan-Americana da Saúde

RSE - Responsabilidade Social Empresarial

UNODC - Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Contextualização	13
1.2	Formulação do problema.....	14
1.3	Objetivo Geral.....	15
1.4	Objetivos Específicos	16
1.5	Justificativa	16
2	REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1	Sustentabilidade e a Responsabilidade Social Empresarial	18
2.1.1	Histórico da Responsabilidade Social Empresarial	21
2.1.2	Críticas à Responsabilidade Social Empresarial.....	25
2.2	Investimento Social Privado	26
2.3	Avaliação de projetos sociais e alguns indicadores.....	29
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	34
3.1	Tipo e descrição geral da pesquisa	34
3.2	Caracterização da organização, setor ou área	35
3.3	Participantes do estudo	37
3.4	Instrumento de pesquisa	38
3.5	Procedimentos de coleta e de análise de dados	39
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	41
4.1	Caracterização geral do programa: informações relevantes para análise do programa em Sobradinho II.....	42
4.2	Escolaridade	44
4.3	Empregabilidade.....	47
4.4	Violência	52

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	55
REFERÊNCIAS	57
APÊNDICES	63
Apêndice A – Questionário referente à entrevista realizada com a Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros	63
Apêndice B – Questionário referente às entrevistas realizadas com o Presidente do Grupo Cultural Azulim	64
Apêndice C – Questionário referente às entrevistas realizadas com os jovens	65

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas tem se discutido sobre a necessidade de mudança na gestão das organizações, concernente ao ambiente em que estão inseridas. A preocupação com a mudança está nos levando à busca constante de um novo paradigma a favor da sustentabilidade, que enfatiza a questão econômica harmonizada às esferas social e ambiental. A partir da necessidade de uma nova forma de exploração de recursos naturais, são reavaliadas as consequências de atividades não sustentáveis, que resultam na poluição e esgotamento de recursos naturais. Na esfera social, exige-se das organizações uma postura ética, transparente e responsável na relação com todos aqueles que são por ela afetados, direta ou indiretamente.

As empresas participantes do processo de mudança observado são constante alvo de discussões que exigem atitudes éticas, atuações socialmente responsáveis, e de boa imagem institucional. Nota-se que várias empresas privadas tornaram-se agentes de extrema relevância na construção de uma sociedade mais justa, buscando, a partir de suas ações e seus investimentos privados, firmarem compromissos sociais que sejam eficazes na redução da exclusão social.

A dimensão social, alvo deste trabalho, contempla diversas práticas empresariais comprometidas com a sociedade. Espera-se das empresas que o fim social não seja massacrado pelo desejo de lucro, ultrapassando a ideia de que ela só existe em função de seu caráter econômico (ASHLEY, 2005). Um dos exemplos de atuação expandida de uma empresa está no programa que se propõe analisar: Programa “Jovem de Expressão”, realizado a partir do Investimento Social Privados do Grupo Caixa Seguros.

A pretensão do estudo em questão é a de verificar quais são os resultados alcançados pelo programa investigado no tocante à esfera social, levando em consideração a sintonia do programa com as Diretrizes das Nações Unidas de Prevenção ao Crime, divididas entre o delineamento e implementação de atividades de cooperação e assistência técnica; e implementação de um plano de ação para as atividades propostas (UNODC, 2004). De acordo com essa proposta, o programa

investigado busca implementar atividades que promovam o bem-estar das pessoas, estreitando os laços sociais com medidas nas áreas de saúde, educação, trabalho e emprego. Além disso, são estimuladas melhorias nas condições de vida das comunidades, com o objetivo de reduzir a vulnerabilidade ao crime e à violência.

O programa assume o compromisso de desenvolver estratégias que atendam às necessidades do público jovem, embasado em um diagnóstico local inicial e um canal de diálogo constante com os jovens e as comunidades onde vivem (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2009).

Por todas essas características, o Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crimes – UNODC reconhece esse programa como exemplo de boa prática, podendo se tornar uma referência a outros Estados-membros das Nações Unidas (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2009).

1.1 Contextualização

De acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA (2001), o início dos anos 1990 no Brasil foi marcado pela confluência de vários processos: abertura da economia; privatização das empresas estatais; crise política e econômica; fortalecimento da sociedade civil, maior envolvimento das Organizações Não Governamentais; busca de melhoria na qualidade dos processos de gestão das empresas nacionais, acompanhados de mudanças no mercado de trabalho; e redução na capacidade de atuação do Estado, levando-se em conta as dificuldades do Estado para responder às crescentes demandas por benefícios sociais; e crescente envolvimento das empresas privadas em ações sociais.

A discussão sobre o papel das empresas no desenvolvimento social foi proposta por Menegasso (2001), que defendeu a não substituição das funções sociais do Estado, por serem elas de sua responsabilidade. Mas, sugere ele, que as empresas podem adquirir papéis participativos nesse processo desenvolvimentista.

Diversos autores divergem sobre o principal motivo das empresas se envolverem em questões sociais e disponibilizarem tempo e dinheiro em projetos e incentivos desse

cunho. Em uma revisão de literatura, Margolis e Walsh (2003 apud Moretti e Campanário, 2009) revelam que a conduta socialmente responsável das empresas não necessariamente está sujeita à lucratividade.

Moretti e Campanário (2009) apresentam três classificações de diferentes autores referentes ao envolvimento social das empresas: 1) Estrategicamente, a conduta social pode ser classificada como oportunidade de negócios (Carrol, 1999; Ventura, 2003; Wood, 1991); 2) Ser correspondente à ética e à moral nos negócios (Curado, 2003; Ferrel, Fraedrich, & Ferrel, 2001; Kreitlon, 2004; Lipovetsky, 2004); 3) Ser envolvida com os diversos públicos de pressão e interesse (Donaldson & Preston, 1995; Freeman, 2003; Logsdon & Yuthas, 1997). (MORETTI CAMPANÁRIO, 2009).

Em relação aos públicos de pressão, cabe destacar que, segundo Alvelsson (1990 apud CARRIERI; SILVA; PIMENTEL, 2009), as pressões que levam as organizações a optarem por essa alternativa são semelhantes àquelas que norteiam as ações concretas, a complexidade e politização da sociedade, ou seja, as corporações têm que sobreviver em ambientes complexos e politizados; portanto os gestores buscam o que é legítimo na percepção da sociedade. Assim poderia ser compreendido o contexto do programa que se pretende analisar, na medida em que a empresa investidora tem a pretensão de ser reconhecida como uma empresa possuidora do projeto de um programa social modelo, que seja relevante, promissor, e sirva de guia a todas as empresas, gestores, organizações da sociedade civil, educadores e líderes comunitários interessados em atuar socialmente com o público jovem (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2009).

Cabe destacar a intenção principal do estudo, que é a de analisar o Grupo Caixa Seguros como ator social e agente influenciador da sociedade a partir de seu projeto.

1.2 Formulação do problema

Quanto maior o envolvimento social do setor privado e maior a participação dos empresários no debate sobre os problemas sociais do país, torna-se mais propício o

surgimento da ação empresarial voltada para a prestação de serviços à comunidade. “Esse conhecimento contribui para enriquecer o debate e oferecer elementos importantes à formulação de novas estratégias de combate à miséria e à exclusão social no país” (PELLIANO, 2001).

Dentro desse contexto, cabe destacar uma via de mão dupla: “se a violência, em suas diversas formas, tem impacto negativo na educação, também é verdade que a educação pode ter impacto positivo no enfrentamento da violência”. A educação de qualidade pode desviar crianças e jovens da criminalidade, graças às oportunidades que oferece (WAISELFISZ, 2010, p.5). A partir da educação, é possível traçar estratégias eficazes que intervenham nas atitudes e pensamentos de um grupo, antes que optem pela violência.

O intuito do programa a ser investigado é o de atender a comunidade vizinha a partir da realização de um trabalho educacional com jovens de baixa renda moradores do Distrito Federal, focado na redução significativa das desigualdades individuais desses jovens, capacitando-os para que sejam inseridos no mercado de trabalho, promovendo a saúde e reduzindo a mortalidade por violência na faixa etária entre 18 (dezoito) e 24 (vinte e quatro) anos. Com isso, a partir do Investimento Social Privado da empresa, o Grupo Caixa Seguros tem a intenção de ser atuante na construção de uma sociedade mais inclusiva e equitativa.

Partindo desta intenção explicitada pela empresa em questão, pergunta-se: **na esfera social, quais os resultados trazidos aos jovens participantes do programa “Jovem de Expressão” do Grupo Caixa Seguros?**

1.3 Objetivo Geral

Diante do contexto apresentado e uma vez estabelecido o problema de pesquisa, determina-se o objetivo geral desse trabalho, que é o de investigar os resultados sociais do programa “Jovem de Expressão” realizado pelo Grupo Caixa Seguros no Distrito Federal sob a ótica de seus participantes.

1.4 Objetivos Específicos

Com o intuito de responder ao problema descrito e alcançar o objetivo geral da pesquisa, os objetivos específicos do estudo são:

- a) descrever o Programa Jovem de Expressão do Grupo Caixa Seguros;
- b) apresentar características do programa em Sobradinho II;
- c) verificar os resultados sociais atingidos no que se refere à empregabilidade, à escolaridade e à redução da violência, considerando a perspectiva dos jovens envolvidos e outros atores chaves.

1.5 Justificativa

Segundo a pesquisa “A Iniciativa Privada e o Espírito Público - A evolução da ação social das empresas privadas no Brasil”, realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA, o atendimento à comunidade vizinha, na intenção de manter uma política de boa vizinhança, aparece como traço marcante da atuação social do setor privado (IPEA, 2006, p. 23). Na pesquisa “Bondade ou interesse? Como e porque as empresas atuam no social” realizada pelo IPEA em período anterior, notou-se que as empresas procuram o diálogo com as comunidades próximas, preocupando-se em conhecer os problemas locais e atender as demandas apresentadas. Entre as diversas razões destacadas na pesquisa como motivacionais para que as empresas realizem investimento social nas comunidades que habitam sua vizinhança, destacam-se pela ordem: o conhecimento dos problemas da comunidade (51%); o atendimento a reclamações e demandas locais (33%); a facilidade no atendimento e no acompanhamento (24%); e a compensação a eventuais impactos gerados pela ação da empresa (15%) (IPEA, 2001, p. 37).

De acordo com as motivações relatadas pelas empresas trabalharem em sua vizinhança algum tipo de investimento social, destaca-se no Distrito Federal, a atuação do Grupo Caixa Seguros.

Em consonância com os resultados das pesquisas acima, o Grupo Caixa Seguros investe no desenvolvimento humano de uma parcela da sociedade localizada próxima à sua matriz, parcela esta composta por jovens de 18 a 24 anos, habitantes de Ceilândia, Sobradinho e Samambaia, e possui todos os motivos acima como motivacionais para a realização do seu investimento, não sendo classificada, portanto, uma ação de compensação de danos (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2009).

O conhecimento dos problemas a respeito do público-alvo e da comunidade a ser atendida pelo projeto proposto, assim como o constante acompanhamento e avaliação no decorrer de sua execução são fatores relevantes para o ajuste contínuo do projeto às reais necessidades do seu público, focando, ainda mais, no planejamento das ações realizadas.

Portanto, o estudo proposto tem a intenção de avaliar os resultados sociais do programa “Jovem de Expressão” do Grupo Caixa Seguros, partindo da investigação da contrapartida dos participantes em relação a indicadores pré-determinados. Assim, é possível verificar a relevância do projeto, no tocante aos benefícios efetivos no desenvolvimento pessoal e coletivo dos participantes.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão conceituados os elementos teóricos centrais tratados neste trabalho. Primeiramente, será abordado o conceito de sustentabilidade e seus tripés, dando ênfase ao segundo conceito abordado, o de Responsabilidade Social Empresarial, seu histórico e evolução na aplicação das empresas. Logo após, são apresentados os conceitos de Benefício Social, Investimento Social Privado e Indicadores Sociais.

2.1 Sustentabilidade e a Responsabilidade Social Empresarial

No intuito de premiar empresas que possuem maiores ações sustentáveis, o Guia Exame de Sustentabilidade identificou vinte empresas de atuação brasileira que merecem esse reconhecimento. A análise envolve aspectos econômico-financeiros, sociais, ambientais e de governança corporativa. A revista Exame também reconheceu o trabalho feito por outras 19 empresas que procuraram reduzir seu impacto ambiental (WAISELFISZ, 2010).

A validade da adequação do modelo sustentável à gestão das empresas pode ser notada a partir do alto índice de atuação mais responsável visto a cada dia, mostrando o “reconhecimento de que o sucesso da empresa depende também da visão pública da sua utilidade para a sociedade” (DOWBOR, 1998, p. 437).

A partir de uma visão econômica clássica, divulgada por Milton Friedman (1970 apud Ashley, 2005), pode-se dizer que a empresa socialmente responsável é aquela que responde às expectativas de seus acionistas. Como ele, outros autores também argumentam que o objetivo central corporativo é unicamente a maximização do lucro, e que uma direção social dos negócios é função de outras instituições, como o governo, igrejas, sindicatos ou organizações sem fins lucrativos (ASHLEY, 2005).

Em contrapartida, autores como Carroll et al. (1999 apud Chang Júnior e Bertoncello) defendem que a empresa socialmente responsável é aquela que

também se preocupa com a ética, transparência e o papel voluntário e responsável com a sociedade que a cerca, ampliando a visão de preocupar-se com os stakeholders.

Segundo Carroll (1999 apud Chang Júnior e Bertoncello, 2007),

Os negócios estão sendo chamados para assumir responsabilidades amplas para a sociedade como nunca antes e para servir a ampla variação de valores humanos (qualidade de vida além de quantidade de produtos e serviços). Os negócios existem para servir a sociedade; seu futuro dependerá da qualidade da gestão em responder as mudanças de expectativas do público (CARROL, 1999 apud CHANG JÚNIOR e BERTONCELLO, 2007).

Partindo das diversas definições das responsabilidades empresariais nos últimos trinta anos, onde se destaca as questões econômicas e sociais legais, cabe destacar o espaço dado à definição cada vez mais difundida de desenvolvimento sustentável. Esta parte do princípio do equilíbrio das faces econômica, social e ambiental, visando um contínuo compromisso das organizações com o futuro. De acordo com Azevedo (2006),

O grande diferencial do conceito de sustentabilidade no meio empresarial é associar a questão da ecoeficiência com a noção de responsabilidade social corporativa. A empresa considerada sustentável é aquela que procura considerar em suas ações as dimensões econômica, social e ambiental. Em outras palavras, a empresa continua visando o lucro, seu objetivo primordial, só que passa a considerar o impacto de suas atividades no meio ambiente procurando amenizá-las de maneira eficiente, desempenhando ao mesmo tempo ações de cunho social, seja em benefício de seus funcionários ou da comunidade (AZEVEDO, 2006, p. 78).

De acordo com o Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getulio Vargas (FGV-EAESP):

Para o setor empresarial, o conceito de sustentabilidade representa uma nova abordagem para se fazer negócios, com inclusão social, respeito à diversidade cultural e aos interesses de todos os envolvidos, a otimização do uso de recursos naturais e a redução do impacto sobre o meio ambiente (FGV – EAESP, 2010).

Gomes e Moretti (2007 apud Moretti, Campanário, 2009) ainda apontam que a agenda positiva da sustentabilidade, o *triple-botton-line*, que estabelece o equilíbrio entre aspectos econômicos, sociais e ambientais, é uma tendência do movimento global a qual as empresas devem adaptar-se.

Além do retorno sobre o capital investido, que é o objetivo fundamental de qualquer organização, são agregadas as questões sociais e ambientais às econômicas e estruturais, como parte da responsabilidade das empresas. Esse fator faz parte das mudanças globais que ocorrem atualmente e têm se tornado ferramentas que permitem a diferenciação concorrencial (CORAL, 2002).

A Figura 1 mostra, de acordo com Coral (2002), que o modelo sustentável deve ser aplicado nas empresas da seguinte forma:

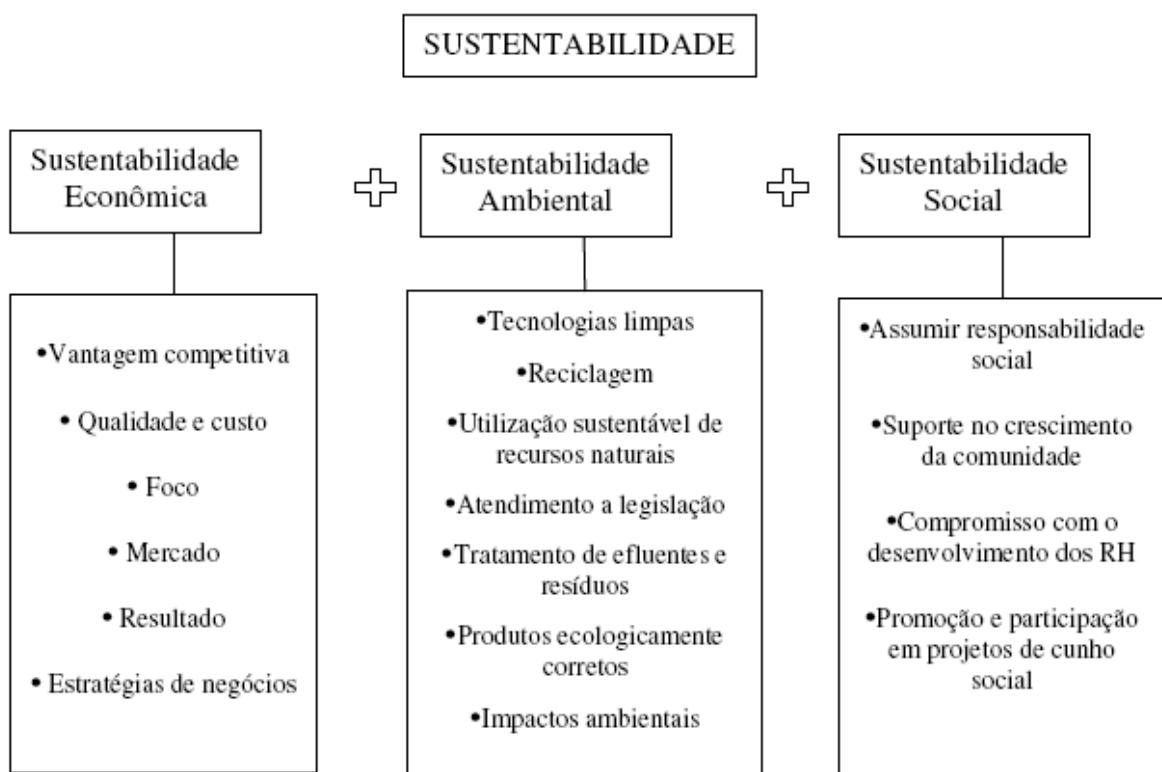


Figura 1 - Modelo de sustentabilidade empresarial – DS

Fonte: Coral (2002), p. 129

Tendo em vista esse modelo, a análise proposta pelo estudo em questão é englobada pela “Sustentabilidade Social”.

2.1.1 Histórico da Responsabilidade Social Empresarial

Considerando a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) como um dos principais conceitos a serem estudados nessa pesquisa, cabe aqui a inserção dos seus conceitos como o compromisso voluntário das empresas trabalharem para a melhoria do bem-estar social, proposto por Frederick (1994 apud Coutinho, 2002), e a classificação feita por Wartick e Cochran (1985 apud Coutinho, 2002) de duas premissas centrais deste conceito: a existência de um contrato entre a organização e a sociedade, funcionando como um veículo de conformidade entre o comportamento dos negócios e os objetivos da sociedade; e os negócios desempenhando o papel de agentes morais dentro da sociedade, refletindo e reforçando seus valores (COUTINHO, 2002).

Devido à crescente preocupação das empresas com a sociedade, a RSE é conceituada por diversos autores. Segundo Melo Neto e Froes (1999), a Responsabilidade Social Corporativa:

É o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo (MELO NETO e FROES, 1999, p. 87).

A responsabilidade social é definida por Ashley (2002) da seguinte forma:

Responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, [...] agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização [...] assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos (ASHLEY, 2002, p.98)

Já o Instituto Ethos de RSE fornece a seguinte definição:

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 compatíveis com o desenvolvimento sustentável

da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (INSTITUTO ETHOS, 2001).

Ao conceituar RSE, diferentes autores abordam os fatores: ética e transparência incluindo valores e moralidade na gestão de negócios como conceitos centrais a serem identificados em empresas realmente responsáveis socialmente. Como é exposto por Melo Rico (2004), “os caminhos da construção da sociedade democrática perpassam pela constituição de relações éticas e transparentes entre Estado, mercado e sociedade civil e pela presença e o lugar que ocupam as associações e corporações privadas” (MELO RICO, 2004, p. 77)

Ainda sobre a conceituação da RSE, Menegasso (2001) aborda a questão sob duas dimensões:

Uma delas se refere ao trabalhador inserido no espaço organizacional, às suas condições de trabalho e benefícios, e a outra se refere aos investimentos em projetos ou organizações sem fins lucrativos, e está diretamente relacionada com a participação em projetos ou o desenvolvimento de ações nas comunidades (MENEGASSO, 2001, p. 66).

O conceito de RSE surgiu a partir da teoria onde Bowen (1957) classifica como sinônimos: “obrigações sociais”, “moralidade comercial” e “responsabilidade pública”. A expressão utilizada pelo autor é a de “Doutrina de responsabilidade social”, referindo à idéia de aceitação voluntária de responsabilidade social e “meio prático para melhorar os problemas econômicos e atingir mais completamente as metas econômicas por nós visadas”. Bowen (1957) também questiona as responsabilidades que os “homens de negócios” devem ter a partir de suas ações, por elas terem consequências sociais. Essa responsabilidade é classificada como uma obrigação de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação, que sejam compatíveis com os fins e valores da nossa sociedade (BOWEN, 1957, p.13-15).

A partir de sua conceituação, aumenta a ênfase dada à RSE por diversos autores, como J. McGuire e Keith Davis (1967 apud Chang Júnior e Bertoncello, 2007), que trataram o conceito como uma necessidade de postura pública perante os recursos econômicos e humanos da sociedade, e não apenas com o intuito de alcançar a maximização de lucros. Há também nesse caso, a vontade de ver esses recursos

utilizados para fins sociais mais amplos e não simplesmente para os interesses privados dos indivíduos.

Nos anos 1970, segundo Frederick (1994 apud Chang Júnior e Bertoncello, 2007) houve o surgimento do termo “Responsividade Social Corporativa”, onde se discutia em que medida a corporação pode responder as suas obrigações sociais, que já eram consideradas um dever dela (ASHLEY, 2005, p. 49). Nessa época, debates públicos sobre diversos problemas sociais como a pobreza, desemprego, diversidade, desenvolvimento, crescimento econômico, distribuição de renda e poluição passaram a ser discutidos também como responsabilidades sociais empresariais, a partir da mudança no contrato social entre os negócios e a sociedade, gerando envolvimento das organizações com os movimentos ambientais, preocupação com a segurança do trabalho e regulamentação governamental (CHANG JÚNIOR e BERTONCELLO, 2007).

Estão presentes, nos anos 1980, reivindicações relacionadas ao movimento operário, como as reivindicações salariais e o apelo à democratização das relações de trabalho (MENEGASSO, 2001). Também foi instituído o prêmio ECO, que premia os melhores trabalhos de filantropia empresarial e contribuição empresarial à comunidade, com o intuito de estimular projetos em benefício do bem estar social a serem desenvolvidos por instituições nacionais privadas.

Na década de 1990 houve um aumento da atuação do terceiro setor, o papel das Organizações Não Governamentais – ONGs foi fortalecido, e a ação de filantropia empresarial foi discutida com maior ênfase, conceituada como a concessão de donativos para instituições ou atividades de cunho social. Ainda nessa década foi criado, pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA, o Núcleo de Estudos e Pesquisas de Ações Públicas não Estatais - NEAP, que incluiu o estudo da atuação das empresas na área social entre os seus objetivos (MENEGASSO, 2001).

Outra conceituação dada por Carroll (1999 apud Chang Júnior e Bertoncello, 2007) no relatório *Social Responsibilities of Business Corporation Report*, formulado pelo *Comitee for Economic Development* reflete a visão de responsabilidade social a partir de quatro tipos de expectativas: econômica, legal, ética e discricionária. A expectativa econômica traduz a responsabilidade de natureza econômica que as

empresas possuem a partir da obtenção do lucro, sendo a base do funcionamento do sistema capitalista; a expectativa legal traduz a necessidade de atuação das empresas dentro de requisitos estabelecidos legalmente, oferecendo produtos com padrões de segurança e obedecendo regulamentações ambientais estabelecidas pelo governo. A expectativa ética é a de que as empresas tenham comportamento compatível a esse valor em relação aos seus negócios, atuando além dos requerimentos legais e, por fim, a expectativa discricionária são ações dirigidas pelas normas sociais e julgadas pelos gestores das organizações que não são providas de claras expectativas da sociedade, por não serem obrigatórias, mas sim guiadas pelo desejo das corporações em engajarem papéis responsáveis socialmente.

Até os anos 1990, a Responsabilidade Social era conceituada a partir de ações e projetos públicos responsáveis socialmente, ou ações privadas que atuassem de forma filantrópica. Não existiam até então muitas cobranças ou preocupações por projetos a serem realizados pela área privada.

Posteriormente, o conceito de RSE passou a ser visto de forma diferente das obrigações impostas por legislação ou ações caridosas. Esse conceito possui diferentes significados em contextos diversos e está relacionado a diferentes ideias. Como é citado por Chang Júnior e Bertoncello (2007), pode estar associado à ideia de responsabilidade legal; comportamento socialmente responsável no sentido ético; impactos diretos assim como os que afetam terceiros, o que envolve toda a cadeia produtiva e o ciclo de vida dos produtos. Para Carroll (1999 apud Chang Júnior e Bertoncello, 2007), a responsabilidade social desdobra-se nas relações de parceria entre clientes e fornecedores; produção com qualidade; satisfação dos usuários; contribuições para o desenvolvimento da comunidade; investimentos em pesquisa tecnológica; conservação do meio ambiente; participação de funcionários nos resultados e nas decisões das empresas; respeito aos direitos dos cidadãos; não discriminação de gêneros, raças, idades, etnias, religiões, ocupações, preferências sexuais; investimentos em segurança do trabalho e em desenvolvimento profissional.

De acordo com o desdobramento proposto por Carroll, a atuação do Grupo Caixa Seguros, que o estudo em questão propõe analisar, diz respeito às contribuições

para o desenvolvimento da comunidade, investindo no desenvolvimento profissional dos jovens que participam do programa, entre outros.

2.1.2 Críticas à Responsabilidade Social Empresarial

Como ressaltado no item anterior, as empresas apresentam diversas ações de Responsabilidade Social Empresarial de acordo com o que se propõe oferecer à sociedade, levando em consideração seus valores, crenças, características de seu contexto interno e o modo como lidam com a realidade social que se constitui em seu ambiente externo (FEDATO, 2005). Dessa forma, de acordo com o que foi abordado a respeito do histórico da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), cabe citar outras críticas a respeito das reais motivações para que este investimento ocorra.

É destacado por Austin (2000 apud Fedato, 2005), que o impulso utilitário da RSE é mais atrelado ao intuito de desenvolvimento do próprio negócio, uma vez que essas ações são meios de gerar vantagens competitivas, motivando e retendo funcionários e conquistando o apoio de investidores e consumidores.

Fedato (2005) ainda afirma que muitas empresas reconhecidas e enaltecidas pela mídia como socialmente responsáveis, não necessariamente atendem aos critérios mínimos de conformidade nas dimensões econômica, legal e ética. “Empresas muito engajadas em ações sociais não deveriam ser automaticamente classificadas como socialmente responsáveis, sem que seja feita uma análise de suas práticas negociais” (FEDATO, 2005, p. 41). Como ressalta Milani Filho (2005), a Responsabilidade Social implica entre outros fatores, no atendimento de necessidades dos públicos interno e externo de uma organização, de forma que o envolvimento social total e comprometido só ocorre a partir do atendimento oferecido aos dois públicos.

Há ainda o questionamento das ações de RSE como modismo ou permanência, com o intuito de classificar as perspectivas das ações sociais das empresas como passageiras ou permanentes. Mollicone (2003) conceitua modismos de gestão como

fazer pura e simplesmente porque outros estão fazendo, até que surja uma nova onda. Peliano (2001) conclui o questionamento, ressaltando que os fatores que contribuem para aumentar a atuação social das empresas (pressões sociais e exigências mercadológicas associadas a sentimentos de solidariedade) tendem a se consolidar, apontando uma direção oposta à sugerida pela hipótese do modismo.

2.2 Investimento Social Privado

Segundo o GIFE, a definição para Investimento Social Privado é o seguinte:

Investimento social privado é o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público. Incluem-se neste universo as ações sociais protagonizadas por empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou instituídos por famílias, comunidades ou indivíduos (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas – GIFE, 2001).

Ao longo do tempo as empresas têm aumentado seu interesse por uma gestão mais responsável socialmente e no investimento social e privado, também se relacionando eticamente com os seus funcionários, os fornecedores, o governo, os clientes e com o meio ambiente. O investimento social privado é necessário devido aos inúmeros problemas sociais (MATTAR, 1999).

Com a retração dos investimentos do Estado em políticas públicas, descentralização dos projetos sociais e privatização de alguns serviços sociais básicos, cria-se um espaço para que as empresas atuem junto à problemática social. Atuações que podem assumir parcerias com o Estado e a sociedade civil na busca de um país mais justo, inclusivo e igualitário (MELO RICO, 2004). De acordo com o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas – GIFE, as ações de cunho social podem ser multiplicadas ou servirem de inspiração para outras organizações privadas atuarem na busca de soluções para as desigualdades sociais (GIFE, 2001).

Segundo a Câmara Americana de Comércio Brasil-Estados Unidos (AMCHAM, 2003), as empresas socialmente responsáveis têm entre seus objetivos contribuir com a implementação das políticas públicas. As empresas podem utilizar seu poder

de mobilização atuando como agentes e parceiros do desenvolvimento social (MELO RICO, 2004).

A AMCHAM (2003) fala ainda da importância de se conhecer os programas governamentais:

Conhecer os programas governamentais é um passo fundamental nesse processo, a partir do qual a empresa pode identificar oportunidades de inserção, por meio da disponibilização de recursos, da capacitação de agentes e da mobilização de outras organizações e demais stakeholders, entre outras iniciativas. Ao atuar alinhada às políticas públicas, a empresa pode contribuir para o fortalecimento do papel do Estado, [...] na busca de soluções efetivas para os problemas sociais existentes (AMCHAM, 2003, p. 36 *apud* MELO RICO, 2004).

No Brasil, de acordo com Fischer et al. (2005 *apud* Milani Filho, 2008), o Investimento Social Privado pode ser classificado como projetos sociais desenvolvidos a partir de parcerias ou alianças entre empresas e organizações sem fins lucrativos. Dessa forma, as empresas direcionam recursos para organizações não-governamentais sem fins lucrativos para a promoção de determinada ação social. Outros autores, como Brown et al. (2006), consideram o conceito de Investimento Social Privado sinônimo de Filantropia Corporativa, justificando a falta de comprometimento do monitoramento de resultados a partir de doações para entidades de assistência social. Conceituação esta que não está de acordo com as considerações do presente estudo, já que considera-se de grande importância o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada e monitorada.

Outra conceituação também pode ser caracterizada de acordo com a definição proposta por Nelson (1998 *apud* Schommer, 2000):

Em um dos eixos que definem o investimento das empresas na área social, não apenas através de doações filantrópicas, mas também compartilhando capacidade gerencial e técnica, desenvolvendo programas de voluntariado empresarial, adotando iniciativas de marketing social, apoiando iniciativas de desenvolvimento comunitário (NELSON, 1998 *apud* SCHOMMER, 2000).

Dessa forma, o investidor social se envolve com as ações e resultados proporcionados, despendendo recursos além de suas obrigações legais e agindo com impacto direto na comunidade (MILANI FILHO, 2008).

A partir da conceituação trabalhada nesse item, conclui-se que a empresa de caráter privado a ser investigada é vista como investidora social.

A atuação do Grupo no âmbito social pode ser definida por duas vertentes, sendo caracterizada pela segunda o alvo do presente estudo. A primeira vertente se refere a parcerias sociais com grupos de Organizações Não-Governamentais e escolas, caracterizada pela realização de ações solidárias que envolvam a participação dos funcionários do Grupo, a partir da doação voluntária de alimentos, brinquedos, roupas, cestas básicas e outros materiais, assim como a arrecadação de recursos para a construção de parquinhos em escolas carentes ou para o investimento em determinado bem material que esteja em carência no local a ser atendido. A segunda vertente, analisada no presente estudo, é fruto de um trabalho iniciado posteriormente à primeira, diferenciando-se pelo investimento no planejamento da criação de um projeto social e seu constante acompanhamento na execução, verificação do cumprimento de metas e avaliação de resultados.

Pode-se inferir, dessa forma, que a evolução da atuação social do Grupo condiz com a evolução do conceito de Responsabilidade Social Empresarial e Investimento Social Privado. O Grupo realiza seus investimentos sociais de forma filantrópica, a partir da concessão de donativos para determinadas instituições, investimentos tais que até os anos 90 conceituavam a Responsabilidade Social. Em contrapartida, a partir de 2006 percebe-se o interesse da Companhia em aumentar seu investimento social privado em um espaço que a permita atuar junto à problemática social e envolver-se nas ações e resultados proporcionados pelo seu investimento. Atualmente, como visto no Referencial Teórico abordado neste estudo, essas ações são consideradas multiplicadoras e inspiradoras para outras organizações privadas atuarem na busca de soluções para as desigualdades sociais.

A segunda vertente foi escolhida para análise deste estudo por representar a evolução da atuação social da Companhia, compondo seu projeto social de maior investimento. A partir da análise das bases documentais e relatos dos atores do projeto, permitiu-se a realização da proposta inicial do trabalho: a avaliação dos resultados sociais do projeto.

2.3 Avaliação de projetos sociais e alguns indicadores

Tem sido dada maior importância à avaliação dos projetos sociais, principalmente a partir de exigências feitas por agências financiadoras para que as organizações avaliem de forma mais sistemática a eficácia, eficiência e efetividade de seus programas e projetos (ADULIS, 2001 *apud* ZAMBOIN, 2004).

A primeira pesquisa sobre as ações sociais do empresariado brasileiro foi iniciada pelo Instituto de Pesquisas Econômicas e Aplicadas (IPEA), com o apoio da Rede - IPEA e a colaboração financeira do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e do Escritório da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL) no Brasil em 1999 e concluída em 2002, denominada “Ação Social das Empresas”. Ao longo desse período, foram divulgados resultados para as cinco regiões brasileiras, na seguinte ordem de pesquisa: Sudeste, Nordeste, Sul, Centro-Oeste e Norte. O resultado verificado foi que a maior parte do setor privado brasileiro está envolvida de alguma forma com a área social: 59% das empresas do País desenvolvem ações em benefício da comunidade. São cerca de 465 mil empresas que dão sua contribuição, com um investimento total de R\$ 4,7 bilhões em 2000 (IPEA, 2006).

A segunda edição da pesquisa Ação Social das Empresas, realizada em 2006, foi a primeira pesquisa a mapear a ação social das empresas de todos os portes e setores e de todas as regiões do Brasil. A amostra é integrada por 871 mil empresas formais lucrativas com um ou mais empregados. A partir de sua conclusão, foi publicado o livro "A iniciativa privada e o espírito público - Um retrato da ação social das empresas no Brasil". A pesquisa possui o objetivo de atualizar e aprofundar o conhecimento sobre as atividades ou doações das empresas em prol da sua comunidade, com serviços de saúde, educação, alimentação, meio ambiente, capacitação e desenvolvimento comunitário, dentre outros, indo além dos benefícios concedidos aos seus empregados e familiares. Outro objetivo da pesquisa é saber como esse comportamento tem se modificado do final da última década até os dias atuais (IPEA, 2006).

Os resultados verificados na segunda edição apontam que:

- a) a participação empresarial brasileira na área social aumentou 10 pontos percentuais, passando de 59%, em 2000, para 69%, em 2004 com aproximadamente 600 mil empresas atuando voluntariamente em prol das comunidades;
- b) 43% do empresariado nacional declara ter planos de expandir os recursos e o atendimento à comunidade, enquanto apenas um quinto das empresas revela não pensar em ampliar sua atuação;
- c) entre os estabelecimentos com mais de 500 empregados, 57% declarou realizar parcerias para a atuação na área social, enquanto entre as menores empresas (até 10 funcionários) esse percentual foi de apenas 32%;
- d) a participação dos empregados nas atividades sociais das empresas cresce conforme cresce o porte do estabelecimento. Assim, enquanto entre as microempresas apenas 28% declararam envolver seus funcionários em suas atividades, para as maiores, esse percentual é quase 3 vezes maior: 76%, em 2004 (IPEA, 2006);
- e) em 2004, quase metade do empresariado nacional realizava suas atividades ou doações em comunidades próximas à sede da empresa. Apenas 15% declararam atuar dentro das próprias empresas ou de suas filiais e 5% em outros municípios.

Ainda que este panorama seja descrito, pouco se sabe acerca dos resultados desses investimentos. Segundo Raposo (2003) são poucas as empresas que efetivamente avaliam os resultados alcançados por suas aplicações em ações de cunho social. Apenas 2% dos investidores privados controlam a destinação dos recursos, monitoram e verificam as melhorias consequentes de suas ações. Outros 86% afirmam que apenas disponibilizam verbas e o restante acompanha os trabalhos sem uma metodologia precisa, de maneira informal. Isso compromete as possibilidades de orientar as ações e conhecer seus ganhos e benefícios.

A importância da avaliação de projetos se dá na comprovação de que os investimentos realizados estão sendo válidos, promovendo mudanças e melhoria para a população beneficiada. As empresas que incluem a avaliação contínua e rotineira de seus projetos geram uma fonte permanente de informação para a atualização de suas práticas, verificando também o alcance de seus objetivos e metas (ZAMBOIN, M. E, 2004).

A ideia de avaliar um projeto por meio da construção de indicadores de resultados ganha força entre dirigentes e técnicos de vários tipos de organizações, principalmente após a Conferência Rio 92, que intensificou o debate a respeito do terceiro setor na sociedade, da atuação das ONGs e do surgimento de novas organizações (CIANCA, 2001 *apud* ZAMBOIN, 2004).

O Instituto Ethos criou sete temas de indicadores sociais: valores e transparência; público interno; meio ambiente; fornecedores; consumidores; governo e sociedade. Os processos de certificação social AS 8000 e AA 1000 concentram seus temas em processos produtivos, relações com a comunidade e relações como os empregados.

A respeito da relação com a comunidade, principal tema de interface com o programa aqui avaliado, os principais aspectos propostos pelo Instituto são: natureza das ações desenvolvidas, problemas sociais solucionados, beneficiários, parceiros e o foco das ações. Esses aspectos estão de acordo com o quadro apresentado por Melo Neto e Froes (2001), que ainda incluem o aspecto “escopo das ações” entre eles, como segue na Figura 2 (TACHIZAWA, 2007, p. 87-88; OLIVEIRA et al., 2008).

ÁREAS DE AVALIAÇÃO	ASPECTOS-CHAVE
Processo Produtivo	Gerenciamento das relações trabalhistas Respeito aos direitos humanos Gerenciamento das relações com os fornecedores no tocante à contratação de mão-de-obra Gestão ambiental Natureza do produto
Relações com a comunidade	Natureza das ações desenvolvidas Problemas sociais solucionados Beneficiários Parceiros Foco das ações Escopo das ações
Relações com os empregados e seus dependentes	Concessão de benefícios Expansão dos benefícios aos dependentes Gestão do clima organizacional Gestão da qualidade de vida no trabalho Programas de aumento da empregabilidade
Integração dos sistemas de gestão	Possibilidade de Integração Complementaridade Similaridade

Figura 2 - Principais aspectos das áreas de avaliação social

Fonte: Os autores com base no quadro de Melo Neto e Froes (2001 apud OLIVEIRA et al, 2008).

Segundo Januzzi (2001), Indicador Social é um recurso metodológico, empiricamente referido, que informa algo sobre um aspecto da realidade social ou sobre mudanças que estão ocorrendo. Outras características são a de subsidiar atividades de planejamento, possibilitando o monitoramento das condições de vida e bem-estar da população e permitir o aprofundamento da investigação acadêmica sobre a mudança social e sobre os determinantes dos diferentes fenômenos sociais (JANUZZI, p. 15, 2001).

Seguindo a conceituação proposta, Januzzi (2001) ainda descreve os critérios de classificação dos indicadores segundo a área temática da realidade social a que o projeto a ser desenvolvido se refira. São eles: indicadores de saúde, demográficos, habitacionais, infra-estrutura urbana, renda e desigualdade, educação, mercado de trabalho e segurança pública.

Os três últimos indicadores aqui citados: educação, mercado de trabalho e segurança pública serão utilizados como parâmetro metodológico no presente estudo, necessários para a verificação dos resultados sociais atingidos no projeto a ser avaliado, descritos detalhadamente na Metodologia do projeto (JANUZZI, 2001,

p. 19). Estes foram escolhidos por estarem relacionados ao escopo do projeto que se propõe avaliar.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Neste capítulo, serão abordadas as características, o tipo e a descrição geral da pesquisa realizada; a caracterização da organização, do entrevistado e dos instrumentos de pesquisa; e a descrição dos procedimentos de coleta e de análise de dados.

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

O estudo proposto pela pesquisa foi pré-planejado e estruturado, sendo classificado como descritivo, desempenhando um papel fundamental na obtenção de dados e disseminação de resultados (MALHOTRA, 2001).

A pesquisa realizada é qualitativa, tendo como objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenômenos no mundo social, reduzindo a distância entre o indicador e indicado, entre teoria e dados e entre contexto e ação (MAANEN, 1979 apud NEVES, 1996).

A pesquisa qualitativa, segundo Godoy (1995), envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo as perspectivas dos participantes da situação em estudo.

Foram utilizadas fontes de dados primárias e secundárias. Os dados secundários foram disponibilizados pela Caixa Seguros em seu próprio site Institucional, seu site de Gestão Sustentável e o site do Programa Jovem de Expressão. Os outros dados secundários analisados foram disponibilizados pela Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros, referentes aos períodos anterior e posterior ao projeto-piloto do programa, sendo eles: o relatório que descreve o Produto Social, os Públicos Adotantes, a Promoção Social, o Preço Social, o Pessoal, os Pontos de Distribuição, as Políticas e Estruturas do programa; a pesquisa “Fatores Determinantes da violência Interpessoal entre os jovens do DF”, realizada com o

intuito de traçar o perfil da população que seria foco da criação do programa e servir como material para a criação da metodologia do programa; e o relatório técnico final da pesquisa avaliativa, que expõe a análise dos resultados econômicos trazidos para as comunidades de Sobradinho II e Ceilândia com a execução do projeto-piloto.

Os dados primários, por sua vez, foram coletados a partir da estratégia de entrevistas semi-estruturadas. A escolha das entrevistas semi-estruturadas se dá pela busca da expansão e instigação de raciocínio dos entrevistados, justificando por este motivo a escolha da não restrição das questões por meio de questionários prontos na execução das entrevistas deste estudo. As entrevistas foram realizadas presencialmente com os participantes do estudo no mês de dezembro de 2010 e concedidas em locais de maior conveniência para os entrevistados, variando entre os locais de trabalho e o evento de encerramento do ano de 2010 do programa.

Os dados coletados foram analisados a partir da descrição das entrevistas gravadas e das transcrições dos relatos considerados mais relevantes, na tentativa de compreender os fenômenos estudados a partir da perspectiva dos participantes (GODOY, 1995).

3.2 Caracterização da organização, setor ou área

Abordaremos neste estudo o Grupo Caixa Seguros, escolhido por realizar um programa social relevante no Distrito Federal, reconhecido pelo Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crimes, e por possibilitar facilidade de acesso aos dados necessários para a realização do presente estudo.

O Grupo Caixa Seguros é composto por quatro empresas: Caixa Seguros, Caixa Vida & Previdência, Caixa Capitalização e Caixa Consórcios. O Grupo foi fundado há quarenta e três anos e tem sua participação societária dividida entre a seguradora de pessoas francesa CNP Assurance, a Caixa Econômica Federal e o INSS (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2007).

O Grupo CAIXA SEGUROS deu um grande salto em 2007 rumo a uma gestão mais moderna, direcionando esforços para inovar em relação a produtos, processos e

serviços, também se tornando mais atento às demandas do mercado socioambiental. O Grupo é o quinto maior grupo segurador do Brasil, possuindo 9 milhões de clientes que puderam adquirir seus produtos pela internet ou em uma das 32.896 unidades da Rede CAIXA. O portfólio de produtos é extenso, tendo como exemplo Seguros de vida, Consórcios, Seguros de crédito e habitacional, Planos de previdência, Riscos diversos e Capitalização (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2009).

No âmbito da responsabilidade socioambiental, cabe citar que o Grupo se destaca por possuir a primeira seguradora brasileira a compensar, por meio do plantio de árvores, a emissão de gás carbônico de sua matriz e detêm o único projeto social criado por uma empresa privada apresentado na IX Conferência Mundial de Prevenção à Violência e Promoção da Saúde, realizada no México em 2008. A criação do projeto apresentado permitiu a execução do programa social “Jovem de Expressão”, que será o foco de análise no presente estudo (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2009).

A partir da realização de uma pesquisa científica intitulada “Fatores Determinantes da Violência Interpessoal entre Jovens no Distrito Federal”, foram mapeadas as variáveis que aumentam as chances de um jovem testemunhar, praticar e/ou sofrer atos de violência interpessoal. Com essa pesquisa, o Grupo Caixa Seguros pôde contar com maiores informações para a criação da metodologia do programa “Jovem de Expressão” (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2009).

A partir do Investimento Social Privado do Grupo, o programa foi criado com o objetivo maior da busca pela promoção da saúde dos jovens brasileiros, com foco na redução da mortalidade por causas externas (JOHN SNOW BRASIL, 2009).

Este estudo teve como lócus de análise a implementação do programa em Sobradinho II, em razão de ter sido o único local de produção das três tecnologias sociais propostas pelo programa, classificadas em: 1) conjunto de ações culturais e de educação para a saúde e engajamento dos jovens na superação da exclusão social, intitulado como “Expressão Jovem”; 2) técnica terapêutica intitulada como “Fala Jovem” e por fim, 3) pesquisa avaliativa de impacto econômico da mudança de comportamento dos jovens (JOHN SNOW BRASIL, 2009).

A partir dos resultados da pesquisa avaliativa, foi verificado em Sobradinho II o local de maior impacto estatisticamente significativo do Programa para a geração de riqueza econômica. Esse resultado se justifica pelo fato de que Sobradinho II foi o único local onde o programa foi realizado de forma integral pelos componentes Expressão Jovem e Terapia Comunitária (JOHN SNOW BRASIL, 2009).

3.3 Participantes do estudo

Os participantes entrevistados foram a Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros, o presidente do Grupo Cultural Azulim e dez jovens participantes do projeto-piloto do programa em Sobradinho II.

A escolha da Coordenadora de Investimento Social Privado foi intencional por ter sido responsável pela gestão do programa, acompanhando a sua criação e o destino dos recursos financeiros provenientes do Grupo Caixa Seguros para o financiamento do programa.

O presidente do Grupo Cultural Azulim foi escolhido por ser o responsável pela execução comunitária do programa, oficinas, eventos, e ter um maior contato com os “jovens de expressão” e parcerias comunitárias, informações necessárias para a análise proposta pelo presente estudo.

Os dez jovens entrevistados são todos moradores de Sobradinho II, lócus de análise da implementação do programa, e participantes de algum período do projeto-piloto do programa. A necessidade de ter sido participante do projeto-piloto (entre 2007 e 2009) se dá pela adequação das entrevistas ao objetivo do presente estudo e aos resultados econômicos verificados pela pesquisa avaliativa.

De acordo com Dauster (1999, p. 2, *apud* DUARTE, 2002), a quantidade de jovens escolhida se dá pela razão da necessidade de uma análise mais ou menos densa da compreensão de “significados, sistemas simbólicos e de classificação, códigos, práticas, valores, atitudes, idéias e sentimentos”.

Ainda sobre a quantidade de jovens entrevistados, o princípio da saturação foi utilizado para estabelecer ou fechar o tamanho final da amostra em estudo na quantidade de dez jovens, interrompendo a captação de novos componentes. Isso ocorre a partir do momento em que é verificado, por avaliação do pesquisador, certa redundância ou repetição nos dados obtidos junto aos entrevistados, não sendo considerado relevante persistir na coleta de dados (FONTANELLA, RICAS, TURATO, 2008).

3.4 Instrumento de pesquisa

A pesquisa foi realizada por meio de entrevistas com roteiros semi-estruturados, caracterizada por não existir rigidez no roteiro, permitindo a exploração mais ampla de algumas questões (MENEZES, 2001).

As entrevistas qualitativas são conduzidas pelo pesquisador envolvendo questões não estruturadas e em geral abertas, destinadas a suscitar concepções e opiniões dos participantes (CRESWERLL, 2010).

Assim, cabe destacar que segundo Silverman (2009), a “autenticidade”, mais que o tamanho da amostra, é frequentemente a questão na pesquisa qualitativa. O objetivo é, em geral, reunir um entendimento “autêntico” das experiências das pessoas, e acredita-se que as perguntas “abertas” são o caminho mais eficaz para tal fim.

As entrevistas realizadas foram entrevistas em profundidade, constituídas com apelo direto e pessoal, onde um único respondente é testado por um entrevistador, com o intuito de descobrir motivações, crenças, atitudes e sensações subjacentes sobre um tópico (MALHOTRA, 2001).

3.5 Procedimentos de coleta e de análise de dados

O procedimento de coleta de dados foi realizado por meio de entrevistas individuais e presenciais, sendo elaborado um roteiro para a Coordenadora de Investimento Social Privado da Caixa Seguros, outro para o Presidente do Grupo Cultural Azulim e outro para os jovens. As respostas dadas pelos entrevistados foram gravadas, analisadas e aqui relatadas conforme a pertinência dentro dos indicadores estipulados. Na apresentação dos resultados os jovens terão seus nomes suprimidos e serão designados por A, B, C, D, E, F, G, H, I e J.

As questões pertinentes à Coordenadora de Investimento Social Privado foram distribuídas entre o processo de criação do programa, as dificuldades de implementação e a validade dada ao programa pela empresa (vide Apêndice A); as questões pertinentes ao Coordenador Comunitário referem-se a execução e ao monitoramento do programa, além da sua percepção dos resultados percebidos nos jovens, e na influência do programa nas atitudes dos jovens, entre outros (vide Apêndice B). Já as questões relevantes aos jovens, foram a respeito da percepção de utilidade do programa para cada um deles durante e após a sua realização, fontes de informação essenciais para a construção do estudo (vide Apêndice C).

Foram escolhidos três indicadores para a verificação dos resultados do programa para os jovens: empregabilidade, escolaridade e violência. Os indicadores foram escolhidos com base nos interesses traçados pelo próprio programa em oferecer alternativas criativas de geração de emprego e renda; oportunidades de lazer ao jovem, ocupando-os com atividades educativas; reduzir os fatores de vulnerabilidade dos jovens à violência, entre outros; e na revisão de literatura realizada no presente estudo.

A técnica de análise de dados utilizada foi a de conteúdo. Segundo Bardin (2002 apud Goldemberg e Otutumi, 2008), a análise de conteúdo é caracterizada por um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. Ainda sobre essa conceituação, Oliveira (2008) destaca:

Em termos de aplicação, a análise de conteúdo permite o acesso a diversos conteúdos, explícitos ou não, presentes em um texto, sejam eles expressos na axiologia subjacente ao texto analisado; implicação do contexto político nos discursos; exploração da moralidade de dada época; análise das representações sociais sobre determinado objeto; inconsciente coletivo em determinado tema; repertório semântico ou sintático de determinado grupo social ou profissional; análise da comunicação cotidiana, seja ela verbal ou escrita, entre outros (OLIVEIRA, 2008).

Berelson (1952 apud Oliveira, 2008), um dos autores pioneiros a tratar do tema, estabelece quatro exigências fundamentais para a aplicação desse método de pesquisa: ser objetivo, ser sistemático, abordar apenas o conteúdo manifesto e quantificar. Por fim, Oliveira (2008) afirma que a análise de conteúdo é um recurso metodológico que pode servir a muitas disciplinas e objetivos, uma vez que tudo o que pode ser transformado em texto é passível de ser analisado com a aplicação desta técnica ou método.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O programa Jovem de Expressão foi idealizado pelo Grupo Caixa Seguros e contou com os seguintes parceiros: a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), que validou o estudo de referência para a execução do projeto do programa, assim como a metodologia de trabalho proposta pelo Jovem de Expressão, levando-a para sua oficina de projetos de prevenção à violência, sediada em Washington; a Jonh Snow Brasil Consultoria – empresa especializada em marketing social e avaliação de impacto de investimentos sociais privados, que foi responsável pela pesquisa, monitoramento e avaliação técnica do programa; o Grupo Cultural Azulim, Organização Não-Governamental formada por jovens de Sobradinho II intitulados os “azulins”, responsável por oferecer oficinas artísticas aos jovens e prepará-los para serem empreendedores culturais; o Movimento Integrado de Saúde Comunitária do Distrito Federal (Mismec -DF), Organização Não-Governamental voltada à promoção da saúde mental da população, responsável por oferecer terapia comunitária para as famílias dos integrantes do Jovem de Expressão (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2009).

Para que o programa tivesse embasamento com o interesse dos jovens, foi essencial que se trabalhasse com manifestações culturais legitimadas pelos próprios jovens, a partir de um diagnóstico local inicial e de um canal de diálogo constante com os jovens e as comunidades onde vivem. O desenvolvimento de estratégias que atendam às necessidades desse público permitiu que fossem criados cursos e oficinas que visam à qualificação em áreas de maior interesse e com potencial de geração de renda, como música, dança, audiovisual, artes plásticas e produção de eventos. A promoção da saúde mental dos jovens também é trabalhada, a partir de uma técnica terapêutica adaptada denominada “Fala Jovem”, onde eles partilham experiências de vida e tentam encontrar soluções para seus problemas. A partir da resolução coletiva de problemas, o grupo reconhece e valoriza a própria habilidade de resolver conflitos. O programa busca dessa forma, estreitar os laços sociais com medidas que incluem saúde, educação, trabalho e emprego, estimulando melhorias

nas condições de vida das comunidades, com o objetivo de reduzir a vulnerabilidade ao crime e à violência (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2009).

O projeto-piloto do programa Jovem de Expressão durou dois anos (de novembro de 2007 a 2009) e atendeu nesse período mais de 300 jovens de três comunidades de baixa renda do Distrito Federal: Sobradinho II, Ceilândia e Samambaia, ambas com a juventude que se destaca pelo imenso potencial criativo, engajamento, espírito de liderança e consciência social. Entretanto, apesar de todo o potencial visto nos jovens, percebeu-se a carência das comunidades por boas oportunidades de estudo e trabalho, assim como a disponibilidade de locais para o lazer (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2009).

Serão apresentados a seguir os resultados avaliados a partir dos relatos do presidente do Grupo Cultural Azulim, da Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros e dos jovens entrevistados. Os resultados foram avaliados a partir da análise dos relatos dos entrevistados. Ainda será apresentada uma caracterização geral do programa, permitindo visualizar o interesse inicial do público-alvo do projeto e apresentar os perfis dos jovens entrevistados.

Neste capítulo são apresentados os resultados de acordo com a análise dos indicadores propostos, baseados nos objetivos do programa: empregabilidade, escolaridade e redução da violência, permitindo assim, a verificação das mudanças proporcionadas nas condições de vida dos participantes do projeto, na intenção de contribuir com a comprovação da validade dos investimentos realizados pelo Grupo Caixa Seguros.

4.1 Caracterização geral do programa: informações relevantes para análise do programa em Sobradinho II

As formas de divulgação do programa são inúmeras, como relata o presidente do Grupo Cultural Azulim. O chamado “Jovem de Expressão Nativa” é um dos meios realizados: a partir de eventos nas ruas das comunidades atendidas, os jovens fazem apresentações daquilo que aprenderam nas oficinas oferecidas pela

tecnologia social “Expressão Jovem”: oficinas de street dance, capoeira, webdesign, informática, grafite, break e audiovisual. As outras formas de divulgação do programa são a distribuição de cartazes e visitas nas escolas. Quando é realizada uma visita, o programa é divulgado a partir da realização dos chamados “Intervalos Integrados”, onde é feita a exposição do programa e a realização de um debate a partir da metodologia da Terapia Comunitária, com o intuito de mostrar ao jovem estudante na prática, as vantagens do compartilhamento de experiências, incitando o jovem a aprender a se expressar emocionalmente e estar disposto a receber apoio para encontrar soluções.

Antes de o programa começar, a divulgação era feita a partir de workshops, realizados em micro áreas das comunidades que seriam atendidas, onde os educadores faziam demonstrações e davam pequenas aulas, como relata o presidente do Grupo Cultural Azulim,

“[...] Fomos onde os jovens estavam e realizamos oficinas demonstrativas para que eles conhecessem as atividades que seriam oferecidas no programa [...].”

Os jovens entrevistados tiveram contato com o programa a partir das formas de divulgação citadas acima ou receberam indicação através de parentes, amigos, ou instrutores do próprio programa. Interessados, entraram em contato com integrantes da Instituição Grupo Cultural Azulim e solicitaram sua inscrição.

Todos os jovens entrevistados participaram do projeto-piloto do programa, ocorrido entre os anos de 2007 e 2009. Para a realização das entrevistas, foram selecionados jovens no local do evento de encerramento do programa no ano de 2010, que tivessem disponibilidade em respondê-la e tivessem o maior tempo possível de contato com o programa, pela suposição de que, quanto maior o contato, maior teria sido a influência do programa na vida dos jovens e maiores seriam as possíveis contribuições de informação sobre o desempenho evolutivo do programa.

A participação dos jovens entrevistados no programa varia de três anos a sete meses, sendo que todos eles ainda participam do programa, freqüentando as oficinas que possuem maior interesse, sendo elas: Street dance, Informática, Grafite e Capoeira.

4.2 Escolaridade

As informações relacionadas ao grau de escolaridade e nível de profissionalização de cada jovem entrevistado estão dispostas em quadros nos subitens a seguir. Essas informações dizem respeito aos indicadores analisados.

De acordo com o Grupo Caixa Seguros, o programa “Jovem de Expressão” busca promover o bem-estar das pessoas ao estreitar os laços sociais com medidas que incluem saúde, **educação**, trabalho e emprego. Em sintonia com uma das medidas propostas pelo programa, que é a de promover a educação a partir da metodologia de arte-educação, foi proposto neste item a análise do Indicador Escolaridade, e a verificação de dois pontos: 1) distorção de idade e grau de escolaridade dos jovens; 2) e interesse de aprendizagem destes mesmos jovens, no intuito de verificar qual a abrangência do incentivo do programa para a educação.

De acordo com o Censo Escolar 2010, realizado pelo Ministério da Educação e o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), a idade recomendada para ingressar no Ensino Fundamental (1^a série) é de seis anos e para concluir-lo (8^a série), catorze anos. Já no Ensino Médio, a idade ideal para o ingresso é de quinze anos, e para concluir-lo, dezessete anos (MEC-Inep, 2010).

Com base nas informações do Censo, permite-se fazer uma comparação com o quadro 4.3.1 apresentado abaixo, construído pela autora do estudo a partir do relato dos jovens, para a verificação da existência de distorção da idade e série dos jovens entrevistados.

Entrevistado	Grau de escolaridade	Idade
A	Ensino fundamental completo	21
B	Ensino fundamental completo	19
C	Ensino médio incompleto	22
D	Ensino médio incompleto	23
E	Ensino médio completo	18
F	Ensino médio completo	19
G	Ensino médio completo	21
H	Ensino médio completo	18
I	Ensino médio completo	18
J	Ensino superior incompleto	18

Quadro 4.3.1 - Situação atual dos jovens entrevistados referentes à escolaridade e suas respectivas idades

Fonte: Dados da pesquisa

A partir da comparação proposta, não foi verificada distorção de idade e série dos jovens entrevistados quanto ao ingresso no Ensino Fundamental, todos os jovens concluíram o Ensino Fundamental antes dos catorze anos. Em contrapartida, percebe-se uma distorção em parte dos jovens entrevistados em relação ao Ensino Médio, representados por aqueles que ainda não concluíram o Ensino Médio na idade recomendada (22 e 23 anos) e por aqueles que ainda não iniciaram o Ensino Médio e possuem mais que a idade recomendada para o ingresso (19 e 21 anos).

Após a análise da distorção idade-série ter sido feita, descreve-se a seguir a análise do interesse de aprendizagem, composta pelo relato dos entrevistados em relação a abrangência do programa no incentivo à educação.

Apesar de parte dos jovens entrevistados estarem com idade fora do padrão de recomendação do MEC-Inep para iniciarem ou concluirão o Ensino Médio, todos eles relataram receber incentivo dos instrutores do programa a continuarem estudando ou voltarem a estudar. O incentivo é realizado através de debates, vídeos ou palestras com assuntos relacionados à importância da continuidade da educação, como relata o jovem entrevistado C,

“[...] Recebemos no programa um grande incentivo pra continuarmos estudando, seja pelos instrutores das oficinas ou no “Fala Jovem” [...]”

Em concordância com o que é relatado pelos jovens, a coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros deixa claro a importância dada por ela em passar aos jovens a importância da educação escolar,

"[...] Procuramos deixar claro nas comunidades que trabalhamos que quanto mais o jovem tiver formação, melhor pra ele, mesmo que ele trabalhe. Infelizmente, para muitos deles, a conclusão do Ensino Médio é a última chance de escolarização, então incentivamos a realização de cursos ou pelo menos terminar a escola. [...]"

A coordenadora posteriormente conclui que o papel do programa “Jovem de Expressão” não é a de necessariamente ensinar, mas oferecer ao jovem um espaço para que aprimore seus talentos já descobertos e que os permita crescer com o auxílio da metodologia “Fala Jovem”,

"[...] Trabalhamos com uma faixa etária em que não estamos necessariamente ensinando, mas abrindo espaço para que eles executem as atividades que já tinham em contato anterior, mas eles não eram motivados a praticá-las e não possuíam um espaço para aprimorá-las [...] Percebemos que as famílias entendem que quando os jovens chegam nessa faixa etária, não existe mais educação e há uma grande dificuldade no diálogo entre pais e filhos. O grande problema é que a sociedade não está preparada para continuar educando estes jovens, por isso a grande importância de um local acolhedor que permita dar ao jovem um espaço que ele não tem em outro lugar para expor suas idéias [...].

A respeito do interesse dos jovens em sua formação educacional, foi percebido em parte deles o interesse somente quando este agregar algum valor prático às suas aspirações profissionais, deixando clara a preferência por cursos técnicos, profissionalizantes ou a continuidade da freqüência nas oficinas do programa, como cita o jovem entrevistado F,

"[...] aprimorei muito os meus conhecimentos nas oficinas de dança, e como passei a ser um dos instrutores do Grupo Cultural Azulim, pretendo conhecer cada vez mais técnicas para que no futuro consiga ser um grande dançarino [...]"

De acordo com o jovem entrevistado H,

“[...] um dos interesses do programa é justamente tirar o jovem da rua e mostrar pra ele que existe aqui a oportunidade de aprender algo que pode ser pra ele uma profissão no futuro [...]”.

Em contrapartida, a maioria dos jovens identifica que as oportunidades de aprendizagem das oficinas são extremamente válidas, mas que pretendem continuar os estudos e fazer uma faculdade para que tenham mais oportunidades no futuro, com uma bagagem de conhecimento superior, como garante o jovem entrevistado J,

“[...] Vejo as oficinas do programa como uma oportunidade de lazer, de fazer algo que gosto no meu tempo livre. Faço oficina de Graffite e faculdade de Gestão de Pessoas, que é o que vai me dar mais oportunidade de trabalho no futuro [...]”

De acordo com o jovem entrevistado D,

“[...] O programa me motiva a fazer faculdade, e é isso que pretendo fazer quando terminar os estudos no colégio [...]”.

De acordo com os resultados acima descritos, as opiniões dos jovens e da Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros são coincidentes. Ambos consideram o programa “Jovem de Expressão” como agente incentivador na tomada de decisão dos jovens a respeito da continuidade nos estudos, incentivos esses que promovem uma maior preocupação dos jovens em relação ao seu grau de escolaridade.

4.3 Empregabilidade

Como dito no indicador acima, a promoção do trabalho e do emprego também é uma medida trabalhada no programa “Jovem de Expressão”. Esse trabalho é realizado a partir da apresentação de alternativas criativas de geração de emprego e renda, realizada nas oficinas, visando à qualificação dos participantes em áreas do seu interesse. Com isso, são trabalhados o empreendedorismo cultural e a capacitação

profissional, combinadas à disseminação de conhecimentos e atitudes de não violência e promoção da saúde (GRUPO CAIXA SEGUROS, 2009). De acordo com os incentivos trabalhados no programa para a geração de emprego e renda, será analisado nesse item a influência do projeto na inserção dos jovens no mercado de trabalho.

A importância da relação entre disseminação de conhecimentos e atitudes, e a geração de emprego e renda é a de que seja proporcionada aos jovens uma forma de trabalhar sua autoafirmação, o domínio de situações, espírito de liderança, união, respeito, compromisso social e amizade, características importantes no ambiente profissional. Como relata a Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo CAIXA SEGUROS,

“[...] Em algumas reuniões que participamos no GIFE - Grupo de Institutos Fundações e Empresas sobre juventude no mercado de trabalho, ouço os empregadores falando que é tolerável a falta de conhecimento e a imaturidade no sentido do jovem não ter muito conteúdo. O que não é tolerado é o mau comportamento e a falta de compromisso [...].”

De acordo com a Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo CAIXA SEGUROS, o aprendizado que os jovens obtêm no programa trabalha de uma forma geral o crescimento profissional,

“[...] O mercado cultural, que é o enfatizado pelo programa, oferece sim possíveis ganhos profissionais, e além disso, permite que o jovem aprenda a ter disciplina e gaste suas energias. É uma experiência em que o jovem torna-se mais confiante. A mesma confiança necessária para um jovem apresentar seu currículo para um emprego formal, é aquela que ele precisa para ir ao palco expor a sua arte [...].”

São oferecidos pelo programa oficinas de arte, cultura, informática, comunicação e treinamento profissional, realizadas com a preocupação de oferecer atividades que sejam legitimadas pelos próprios jovens, incentivando o empreendedorismo naquelas que sejam de seu maior interesse, como considera a Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros,

"[...] Vejo em projetos sociais o grande investimento relacionado à geração de emprego para os jovens, mas acho uma crueldade quando vejo um jovem que possui uma dinâmica ou uma liderança forte indo para o mercado de trabalho escondendo suas tatuagens e tendo que se adequar a um ambiente de trabalho que não tem a ver com ele, ainda tendo que conciliar o tempo de trabalho com o tempo do estudo e o tempo perdido dentro de um ônibus. O resultado disso é o jovem se apavorando com a idéia de trabalhar em um lugar formal, é opressor [...]".

A partir do trabalho realizado pelo programa no intuito de incentivar a geração de emprego e renda em atividades legitimadas pelos próprios jovens, foi possível analisar nesse item: “influência do programa na inserção dos jovens no mercado de trabalho”, a partir dos relatos do Presidente do Grupo Cultural Azulim e dos jovens entrevistados.

De acordo com os relatos do Presidente do Grupo Cultural Azulim, pôde-se concluir que o programa é positivo na geração de renda para jovens, como relata a seguir:

“[...] Muitos jovens que começaram a ter aula de grafite hoje são requisitados a exporem sua arte na porta de lojas da comunidade e a mudarem a estética de toda cidade, a partir de uma parceria com a própria administração com o projeto chamado “Ponto Galeria”. Os jovens grafitaram todas as paradas de ônibus transformando-as em galeria de arte itinerante. As outras oficinas também estão tendo visibilidade, os jovens participantes da oficina de Street são convidados a fazerem apresentações de dança em eventos diversos e algumas vezes recebem cachês para isso, ainda que simbólicos. Trabalhar com jovens dessa faixa etária nos fez perceber a importância de ter a visão do mercado de trabalho, pois os jovens que trabalhamos aqui podem ser potenciais opções para o mercado [...]”.

Considerando a tabela 4.4.1, construída pela autora do estudo a partir do relato dos jovens, percebe-se que a maioria dos jovens entrevistados não trabalha e a pequena quantidade de casos relatados pelo Presidente do Grupo Cultural Azulim em que houve a ocorrência de emprego, pôde-se concluir que a geração de emprego ainda é deficitária. De acordo com o Presidente do Grupo Cultural Azulim a respeito daqueles que foram empregados,

“[...] Um dos nossos jovens foi contratado em uma escola particular para dar aula de capoeira e outro foi alocado em um dos projetos para ser instrutor de break dance [...]”.

Entrevistado	Profissão
A	Não trabalha
B	Professor de dança
C	Não trabalha
D	Não trabalha
E	Não trabalha
F	Instrutor de dança
G	Não trabalha
H	Não trabalha
I	Não trabalha
J	Não trabalha

Quadro 4.4.1 - Situação atual dos jovens entrevistados referentes à empregabilidade e suas respectivas idades.

Fonte: Dados da pesquisa

O que justifica a disparidade entre a geração de renda e a geração de emprego é o predomínio da execução de “bicos”, trabalhos temporários realizados pelos jovens.

Como relata o presidente do Grupo Cultural Azulim,

“[...] Ainda que informalmente, esses jovens estão sendo inseridos no mercado de trabalho. Através da arte que eles aprendem, eles têm a oportunidade de arranjar “bicos” [...]”.

O presidente do Grupo Cultural Azulim ainda ressalta que o papel dos coordenadores das atividades também é o de agenciamento dos jovens. Por serem eles os seus responsáveis no projeto, são os procurados pela demanda do mercado que solicita o trabalho dos jovens e assim, possuem o papel de encaminhá-los para os trabalhos,

“[...] Três jovens de expressão já foram indicados como educadores para outros projetos realizados pela Instituição Grupo Cultural Azulim [...] Os jovens se vêem como agentes multiplicadores do conhecimento adquiridos no programa [...]”.

De acordo com os jovens, a influência que o programa possui na geração de emprego e renda é positiva, considerando a capacitação para o mercado de trabalho como um dos maiores benefícios trazidos pelo programa, como relata o jovem entrevistado D,

“[...] Eu indico esse programa aos meus amigos por ser um programa que acrescenta o meu currículo e me traz um grande aprendizado profissional [...]”

De acordo com o jovem entrevistado G,

“[...] Vejo muitos jovens do programa sendo capacitados e trabalhando com o que aprendeu aqui [...]”

Já de acordo com a coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros, a intenção do programa é oferecer oportunidades,

“[...] A ideia do programa não é a de que o jovem aprenda a exercer uma atividade mais técnica, como por exemplo, ser operador de som e faça isso por toda a vida, mas sim oferecer ao jovem uma oportunidade de contato com o mercado de trabalho e oportunidade que ele se interesse e tenha a pretensão de crescer profissionalmente [...] Muitos conseguem desenvolver um empreendedorismo, deixando de fazer parte da visão que o mercado tem do jovem como extremamente utilitária, que se comprova quando notamos os maiores questionamentos dos jovens no seu primeiro emprego: “Então é isso? Vou ter que esquecer quem eu sou e o que faço pra me adequar ao que for necessário aqui dentro?”[...]”

De acordo com os resultados acima descritos, as opiniões dos jovens, da Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros e do Presidente do Grupo Cultural Azulim são positivas em relação à geração de emprego e renda possibilitada pelo programa em questão. Em contrapartida, percebe-se nos relatos do Presidente do Grupo Cultural Azulim uma maior ênfase do programa para a geração de renda, e não na geração de emprego.

4.4 Violência

De acordo com a pesquisa “Determinantes da violência interpessoal entre jovens do Distrito Federal”, a violência varia conforme a região administrativa, a cor da pele, a classe social e o gênero da vítima, sendo que 23% dos jovens candangos já foram ameaçados fisicamente. Considerando-se esse tipo de agressão, 10,7% declararam-se vítima e 13% admitiram ter coagido alguém. O testemunho de atos violentos, por sua vez, faz parte do dia-a-dia de 39,3% dos 1.067 jovens entrevistados pelo Grupo Caixa Seguros, moradores de oito regiões administrativas do Distrito Federal (CAIXA SEGUROS, 2006).

Em consonância com a pesquisa realizada acima, todos os jovens entrevistados consideram o local onde moram extremamente violento, relacionando a violência ao uso e tráfico de drogas e a falta de policiamento da região. Além disso, todos eles consideram o jovem como influenciador e participante de ações violentas, considerando motivos variados para que isso ocorra: falta de apoio dos familiares, falta de conhecimento e maturidade, escassas oportunidades de crescimento e aprendizado para o jovem, falta de lazer e uso de drogas, como relata o jovem entrevistado J,

“[...] Onde eu moro é muito violento. Sem o policiamento que a gente precisa, as pessoas roubam e se drogam. Os motivos das brigas normalmente são coisas pequenas, motivos banais [...]”.

De acordo com o jovem entrevistado H,

“[...] Os jovens são os mais violentos. São eles que por não verem oportunidade na vida, procuram o dinheiro fácil, vendendo drogas, armas de fogo e roubando carros [...]”

Apesar de todas as mazelas relatadas acima na região onde vivem, todos os jovens entrevistados consideram o programa “Jovem de Expressão” como um agente influenciador das atitudes dos jovens que dele participam, como relata o jovem entrevistado H,

“[...] o programa oferece um lazer educativo, tirando os jovens da rua, onde poderiam estar praticando a violência e os trazendo a um local que ofereça oportunidade de crescimento [...]”.

O presidente do Grupo Cultural Azulim relata que um dos maiores resultados do programa foi diminuir o acesso do jovem a violência, seja como agressor ou vítima. Essa percepção se dá através do feedback dado pelos próprios jovens participantes do programa. Ele afirma ter certeza de que mantêm os jovens participantes do programa distantes da violência que ocorre tão perto deles,

“[...] O programa passa a ser uma armadura para o jovem participante. Quando eles chegam aqui, passam a ter uma vida mais saudável, a partir da aquisição de conhecimento, mudam suas atitudes. É um lugar prazeroso que eles têm disponível para eles. [...]”.

A percepção dos jovens a respeito do método de terapia intitulado “Fala Jovem” é extremamente positiva, sendo considerado por eles como o principal método do programa que oferece o aprendizado da ação mais tolerante, e consequentemente, ações menos propensas a violência. De acordo com o jovem entrevistado G,

“[...] O programa é muito bom e eu já indiquei pra muito amigo meu. Ele está ficando cada vez melhor por conta da preocupação que se tem na comunicação com os jovens. Nunca vi outro programa com o mesmo nível, que deixa a gente falar sobre qualquer coisa e ajuda a gente no que eles puderem ajudar. O Fala Jovem faz com que o jovem cresça mentalmente [...]”

Ainda a respeito do método “Fala Jovem”, a coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros assegura sua validade,

“[...] O Fala Jovem faz com que ele ouça o outro sem interrupção e sem julgamento. A partir daí, o jovem percebe que não é só ele que passa por aqueles problemas ou pensa daquela forma. Alguns assuntos são relatados pelos jovens como proibidos em conversas com a sua família, principalmente aqueles a respeito de trabalho e emprego, porque gera cobrança e briga entre pais e filhos; e violência, onde ocorre o maior julgamento. A intenção dessas conversas é também a distribuição de valores e fortalecimento dos laços [...]”

De acordo com os resultados acima descritos, as opiniões de todos os entrevistados são positivas em relação à proteção proporcionada pelo programa aos jovens à violência, seja como vítima ou executor da ação violenta. Além disso, o programa estimula o diálogo como forma de resolução não violenta de conflitos.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Com relação aos resultados obtidos, considera-se que os objetivos foram alcançados, conseguindo-se então descrever o Programa Jovem de Expressão do Grupo Caixa Seguros; apresentar as características do programa em Sobradinho II; e verificar os resultados sociais atingidos no que se refere à empregabilidade, à escolaridade e à violência, considerando a perspectiva dos jovens envolvidos e outros atores chaves.

A partir da coleta e análise dos dados, é possível chegar às conclusões apresentadas a seguir. A respeito da primeira análise referente à escolaridade, conclui-se que o programa pode ser considerado agente influenciador da educação escolar dos jovens participantes, por incentivar a conclusão do ensino médio ou a iniciação de um curso profissionalizante, técnico ou o ingresso em uma faculdade. Porém, seria interessante que essa verificação fosse comparada com informações concretas sobre a quantidade de jovens que voltaram a estudar ou deram continuidade aos seus estudos após o ingresso no programa, no intuito de conferir se o estímulo gerado pelo programa é efetivo e traduzido em retornos concretos aos jovens. A impossibilidade de realizar essa comparação no presente estudo ocorre pelo fato de que os gestores do programa não realizarem o monitoramento dessas informações.

No tocante à empregabilidade, apesar do programa ser considerado pelos jovens de grande influência na geração de emprego e renda, conclui-se, a partir dos resultados apresentados, que há maior influência do projeto na geração de renda que na de emprego.

Sugere-se, diante dessa análise, incluir no programa Jovem de Expressão ações que contribuam com o aumento das chances de emprego para o jovem, como o cadastro de currículos em banco de dados de uma empresa de recrutamento e seleção, por exemplo, ainda que isso não esteja sob o controle do programa.

Cabe destacar que o aumento ou diminuição da escolaridade e da geração de emprego e renda são considerados fatores que estão além da capacidade de

atuação do programa, porque estão inseridos em um contexto social e econômico do país.

A respeito da última análise realizada, referente à violência na comunidade de residência dos jovens, conclui-se que o programa influencia na diminuição dos atos violentos dos participantes e da exposição deles à ações violentas de terceiros. Foi visto nesse indicador uma maior clareza e percepção de resultados positivos por parte dos entrevistados, justificado pelo maior apelo do programa em reduzir a vulnerabilidade dos jovens ao crime e à violência. Ainda a respeito desse indicador, uma sugestão para futuras pesquisas é o de confrontar os resultados aqui verificados com dados oficiais que informem a quantidade de práticas de violência nas comunidades atendidas pelo programa e verificar a real flutuação de seus indicadores.

Em consideração às conclusões apresentadas, havia por parte da autora da pesquisa uma pré-disposição em considerar que os relatos dos jovens participantes há mais tempo no programa teriam uma postura diferente dos outros, partindo do princípio de que quanto maior o tempo de participação, maior seria a possibilidade de influência do programa na vida desses jovens. Porém, a partir da realização das entrevistas e verificação da similaridade dos relatos, isso não se confirma.

Pode-se destacar como limitação do estudo o fato de que as entrevistas foram realizadas com jovens que ainda participam do programa, considerando assim o grupo de entrevistados como engajado, a partir das informações obtidas no estudo proposto, revelando opiniões e impressões que deixam claro a empatia dos jovens com o programa. Dessa forma, a realização das entrevistas somente com esses jovens pode gerar viés nas respostas relativas aos resultados. Desse modo, seria interessante em pesquisas futuras realizar uma análise a partir das opiniões dos jovens que não mais participam do programa, a fim de verificar quais os motivos de abandono e, a partir desses relatos, propor ações de melhorias ao programa.

Sugere-se ainda, como estudos futuros, o acompanhamento da implementação das tecnologias sociais do projeto “Jovem de Expressão” nas outras comunidades atendidas por ele, no intuito de verificar as dificuldades e benefícios do programa.

REFERÊNCIAS

- ASHLEY, P. A. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 2^a edição. São Paulo: Saraiva, 2005. p. 49-70
- _____ **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- AZEVEDO, Ana Luísa. **Indicadores de sustentabilidade empresarial no Brasil: uma avaliação do Relatório do CEBDS**. In Revista Iberoamericana de Economia Ecológica Vol. 5: 75-93, 2006. Disponível em <http://ddd.uab.cat/pub/revibec/13902776 v5p75. pdf>. Acesso em 1º/10/2010.
- BOWEN, Howard R. **Responsabilidades Sociais do Homem de Negócios**. Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia: Editora Civilização Brasileira S.A, 1957. p. 13-15.
- CARRIERI, Alexandre de Pádua; SILVA, Alfredo Rodrigues Leite; e PIMENTEL, Thiago Duarte. **O Tema da Proteção Ambiental Incorporado nos Discursos da Responsabilidade Social Corporativa**. RAC, Curitiba, v. 13, n. 1, art. 1, Jan./Mar. 2009. p. 1-16.
- CHANG JÚNIOR, João; e BERTONCELLO, Silvio Luiz Tadeu. **A importância da responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação**. FACOM - nº 17, 2007. p. 70-76.
- CORAL, Elisa. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial**. 2002. 282f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – SC.
- CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3^a edição. Porto Alegre. Editora Artmed, 2010.
- COUTINHO, Renata Buarque Goulart; MACEDO-SOARES, T. Diana L. v. A. **Gestão Estratégica com Responsabilidade Social: Arcabouço Analítico para Auxiliar sua Implementação em Empresas no Brasil**. RAC, Curitiba, v. 6, n. 3, Set./Dez. 2002. p. 75-96.
- DOWBOR, Ladislau. **A reprodução social**. Petrópolis: Vozes, 1998, p. 437.

DUARTE, Rosália. **Pesquisa Qualitativa – Reflexões sobre o trabalho de campo**, Cadernos de Pesquisa, n. 115, março/ 2002. p. 139-154.

FAGUNDES, J. **O Papel do Estado na Globalização**, UFSM, Santa Maria, RS, 2003.

FEDATO, Maria Cristina Lopes. **Responsabilidade Social Corporativa: Benefício social ou vantagem competitiva? Um estudo das estratégias de atuação social empresarial e sua avaliação de resultado**. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Departamento de Administração. Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de São Paulo, 2005. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-24072006-161703/pt-br.php>. Acesso em 17/01/2011

FGV. Fundação Getúlio Vargas. **Sustentabilidade Empresarial**. Disponível em <http://www.ces.fgvsp.br>. Acessado em 19/11/2010.

FONTANELLA, Bruno José Barcellos; RICAS, Janete; TURATO, Egberto Ribeiro. **Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas**. Cad. Saúde Pública. Rio de Janeiro, 24(1):17-27, jan, 2008.

GIFE. Grupo de Institutos Fundações e Empresas. **Guia das melhores práticas de governança para Fundações e Institutos Empresariais** / Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. – São Paulo, SP: IBGC, 2009.

GODOY, Arilda S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**, In Revista de Administração de Empresas, v.35, n.2, Mar./Abr. 1995a, p. 57-63.

GOLDEMBERG, Ricardo; OTUTUMI, Cristiane: **Análise de conteúdo segundo Bardin: procedimento metodológico utilizado na pesquisa sobre a situação atual da Percepção Musical nos cursos de graduação em música do Brasil**. Anais do SIMCAM4 – IV Simpósio de Cognição e Artes Musicais — maio 2008. Disponível em: http://www.fflch.usp.br/dl/simcam4/downloads_anais/SIMCAM4_Ricardo_Goldemberg_e_Cristiane_Otutumi.pdf Acesso em: 03/01/2011

GRUPO CAIXA SEGUROS. **Fatores Determinantes da Violência Interpessoal entre Jovens no Distrito Federal**. Brasília, 2006.

_____. Jovem de Expressão, Kit de Tecnologia Social, **Juventude Ativa: A Experiência do Jovem de Expressão na prevenção à violência**. Volume 1.

Disponível em http://www.jovemdeexpressao.com.br/pdf/oquee/kit/manual_1.pdf. Acesso em 30/11/2010.

_____ **Relatório de Sustentabilidade 2009.** Disponível em: http://www.caixaseguros.com.br/Corporativo/Publicidade/RelatorioAnual/pt/msg_grupo.html. Acesso em 25/11/2010.

_____ **Relatório Anual 2007.** Disponível em http://www.caixaseguros.com.br/CaixaSeguros/arquivos/relatorio_caixa_seguros_2007.pdf. Acesso em 22/11/2010.

INEP. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Ministério da Educação. **Censo Escolar 2010 - Visão geral dos principais resultados.** Brasília, 20 de dezembro de 2010. Disponível em http://www.inep.gov.br/download/censo/2010/apresentacao_divulgacao_censo_2010.pdf. Acesso em 13/01/2011.

INSTITUTO AKATU. **Rede varejista lidera lista de 20 empresas destacas pelo guia como modelos em práticas sociais e ambientais.** Notícia Akatu. Disponível em http://www.akatu.org.br/boletim/boletim/pactos-empresariais-pela-pecuaria-madeira-e-soja-sustentaveis-apresentam-os-primeiros-resultados-positivos/walmart-e-eleita-a-empresa-sustentavel-do-ano-pelo-guia-exame-de-sustentabilidade/?searchterm=walmart*. Acessado em 19/11/2010.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Guia de elaboração de relatório e balanço anual de responsabilidade social empresarial** São Paulo, 2001.

IPEA. INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. Diretoria de Estudos Sociais. **A iniciativa privada e o espírito público. A evolução da ação social das empresas privadas no Brasil, 2006.** Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/acaosocial/IMG/pdf/doc-28.pdf> Acesso em 17/01/2011

_____ **Bondade ou Interesse? Como e porque as empresas atuam no social. Ação social das empresas privadas. Avaliação qualitativa da Região Sudeste.** 2001. Revisão em 12/11/2004. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/082/08201004.jsp?ttCD_CHAVE=2941 Acesso em 17/01/2011

JANNUZZI, P. M. **Indicadores sociais no Brasil: conceitos, fonte de dados e aplicações.** Campinas: Alínea, 2001. p. 15-19.

JOHN SNOW BRASIL. **RELATÓRIO FINAL DA PESQUISA AVALIATIVA DO PROGRAMA PILOTO JOVEM DE EXPRESSÃO (análises estatísticas e econômicas)**. Brasília, Julho 2009.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001. p. 108.

MATTAR, H. **Os Novos Desafios da Responsabilidade Social Empresarial**, Conferência Nacional sobre Responsabilidade Social – Ethos, São Paulo, 1999.

MELO NETO, Francisco; FROES, César. **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial**, Ed. Qualitymark, 1999. p. 87.

MELO RICO, Elisabeth de. **A responsabilidade social empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável**. SCIELO, São Paulo, v. 18, n. 4 Out/Dez. 2004.

MENEGASSO, M. E. **Responsabilidade social das empresas: um desafio para o Serviço Social**. São Paulo, 2001. p. 66. (Texto apostilado).

MENEZES, E. M.; SILVA, E. L. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. Ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001. Disponível em: <http://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia%20da%20Pesquisa%203a%20edicao.pdf>. Acesso em: 30/11/2010.

MOLLICONE, Marcelo Medalha. **Responsabilidade social empresarial: modismo, civismo ou demanda de mercado?** Salvador-BA. 2003. Disponível em: http://www.adm.ufba.br/pub/publicacao/5/MPA/2003/379/disserta_marcelo_mollicone.pdf Acesso em 17/01/2011

MORETTI, S. L. A.; CAMPANARIO, M. A. **A Produção Intelectual Brasileira em Responsabilidade Social Empresarial – RSE sob a Ótica da Bibliometria**. RAC, Curitiba, v.13, Edição Especial, art. 5, Junho 2009. p. 68-86.

NEVES, José Luis. **Pesquisa qualitativa – Características, Usos e Possibilidades**. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v.1, nº 3, 2º sem./1996

OLIVEIRA, Leonel Gois Lima; OLIVEIRA, M. C.; PINTO, Francisco Roberto. **Responsabilidade Social Corporativa: estudo comparativo das normas sociais**. Revista Alcance – Eletrônica, v. 15, nº 02. p. 169 – 189, mai/ago. 2008.

OLIVEIRA, Denize Cristina de. **ANÁLISE DE CONTEÚDO TEMÁTICO CATEGORIAL: UMA PROPOSTA DE SISTEMATIZAÇÃO.** Rev. enferm. UERJ, Rio de Janeiro, 2008 out/dez; 16(4):569-76. Disponível em: <http://www.facenf.uerj.br/v16n4/v16n4a19.pdf>. Acesso em 03/02/2011.

PELIANO, A. M. T. M. **Bondade ou interesse: Como e por que as empresas atuam na área social.** IPEA: Brasília, 2001. Disponível em http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livro_bondade.pdf. Acesso em 30/10/2010

PNUD Brasil, IPEA, Fundação João Pinheiro, IBGE (1998): **Desenvolvimento Humano e Condições de Vida: indicadores brasileiros.** Brasília (Coleção Desenvolvimento Humano)

RAPOSO, R. Quer agregar valor à sua marca? Pense em avaliação. Revista EXAME. Guia da Boa Cidadania Corporativa. São Paulo, dez 2003. p. 18. Edição Especial.

SCHOMMER, Paula Chies. **Investimento Social das Empresas: Cooperação Organizacional num Espaço Compartilhado.** o&s - v.7 - n.19 - Setembro/Dezembro - 2000. Disponível em <http://www.revistaoes.ufba.br/viewarticle.php?id=45>. Acesso em 18/01/2011

SEBRAE. **Responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas: passo a passo.** São Paulo: Instituto Ethos, 2003. Disponível em http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf. Acesso em 21/11/2010.

SILVERMAN, David. **Interpretação de dados qualitativos – Métodos para análise de entrevistas, textos e interações.** Porto Alegre: Editora Artmed, 3^a edição, 2009.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa: Estratégias de negócios focadas na realidade brasileira.** São Paulo: Editora Atlas S.A, 4^a edição, 2007. p. 87-88.

UNODC. Escritório das Nações Unidas contra drogas e crimes. **Promovendo a prevenção ao crime. Diretrizes e projetos relacionados,** fev. 2004. Disponível em: http://www.unodc.org/pdf/brazil/Promovendo_final.pdf. Acesso em 17/01/2011

ZAMBOIN, M. E. **A avaliação como instrumento de gestão em projetos de responsabilidade social corporativa.** São Paulo: Instituto Ethos, 2004.

WAISELFISZ, Júlio Jacobo. **Mapa da Violência 2010, Anatomia dos Homicídios no Brasil.** Instituto Sangari. Disponível em <http://www.institutosangari.org.br/mapadaviolencia/MapaViolencia2010.pdf>. Acesso em 25/11/2010.

APÊNDICES

Nos apêndices seguintes serão apresentados os questionários elaborados pela autora da monografia para a realização das entrevistas semi-estruturadas. O apêndice A refere-se à entrevista realizada com a Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros; o apêndice B refere-se à entrevista realizada com o presidente do Grupo Cultural Azulim, responsável pela execução comunitária do programa e o apêndice C refere-se às entrevistas realizadas com alguns dos jovens participantes do projeto-piloto do programa e moradores de Sobradinho II.

Apêndice A – Questionário referente à entrevista realizada com a Coordenadora de Investimento Social Privado do Grupo Caixa Seguros

1. Há quanto tempo a Sra. trabalha com Investimento Social Privado?
2. Como a Sra. vê o Investimento Social Privado na empresa?
3. Quais são os ganhos do Programa?
4. O investimento da empresa no programa Jovem de Expressão vale a pena?
Por quê?
5. Quais foram as dificuldades de implementação do projeto?
6. Quando foi passada a gestão do Programa para o Escritório das Nações Unidas? Por que isso ocorreu?
7. Qual o papel da Caixa Seguros hoje no programa?
8. Quais as principais vantagens de um jovem participar deste projeto social?
9. Como os resultados são monitorados?

Apêndice B – Questionário referente às entrevistas realizadas com o Presidente do Grupo Cultural Azulim

1. Quais são as formas de atração do jovem para a participação no Programa?
2. Qual o papel do Grupo Cultural Azulim no programa?
3. Quais os maiores resultados percebidos nos jovens?
4. Como esses resultados são monitorados?
5. Quais as dificuldades na execução do Programa?
6. Como tem sido a situação da violência nas comunidades onde o Programa está incluído?
7. O programa tem tido alguma influência neste aspecto? Se Sim, quais os motivos considerados? Se Não, por quê?
8. Após a participação no programa, os jovens demonstram menos predisposição a violência?
9. Como o projeto atua para este objetivo?
10. Percebe-se um aumento de jovens com maior freqüência nas aulas?
11. Percebe-se um aumento na quantidade de jovens voltando às aulas?
12. Percebe-se um maior interesse de jovens pela educação?
13. Quais os motivos considerados para a ocorrência das mudanças relatadas?
14. Como o projeto atua para esse objetivo?
15. Percebe-se um aumento da inserção dos jovens no mercado de trabalho?
16. Quais os motivos considerados para que isso ocorra?
17. Como o projeto atua para este objetivo?

Apêndice C – Questionário referente às entrevistas realizadas com os jovens

Nome:

Idade:

Escolaridade:

Localidade de residência:

1. Como tomou conhecimento sobre o Programa?
2. Desde quando participa?
3. Quais as oficinas de seu maior interesse?
4. Você indica esse Programa aos seus amigos? Por quê?
5. Qual sua opinião sobre o programa?
6. Atualmente está trabalhando? Se Sim, qual sua profissão?
7. O novo trabalho foi alcançado por causa do Programa?
8. Em alguma das oficinas realizadas, você já descobriu algum talento?
9. Tem interesse em trabalhar com o talento descoberto?
10. Você se sente incentivado pelo programa a crescer profissionalmente?
Como?
11. Você estuda? Se Sim, possui uma boa freqüência nas aulas e possui interesse em estudar níveis mais avançados? Se Não, pretende voltar a estudar?
12. Você se sente incentivado pelo programa a ter uma boa formação?
13. Como ele te incentiva?
14. Como você vê a situação da violência onde mora?
15. O jovem está ligado a isso?
16. O programa influenciou a situação da violência na localidade onde mora?
Como?