

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**

**VITTORIO VESCE NETO**

**AS POLÍTICAS EDUCACIONAIS E A RESPONSABILIDADE SOCIAL  
NA FORMAÇÃO DO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**CURITIBA**

**2007**

**VITTORIO VESCE NETO**

**AS POLÍTICAS EDUCACIONAIS E A RESPONSABILIDADE SOCIAL  
NA FORMAÇÃO DO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Educação. Programa de Pós-graduação em Educação. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Lourdes Gisi.

**CURITIBA**

**2007**

**Ao meu irmão Newton que, sem nenhuma teoria,  
deixou a mais preciosa das lições: de tudo, o que  
mais vale é amar enquanto é possível.**

**"A educação é o ponto em que decidimos se amamos o mundo o bastante para assumirmos a responsabilidade por ele" (ARENDR, 1961, p.247).**

## **AGRADECIMENTOS**

À Gabriela por ser a minha viga mestra além de muita inspiração e transpiração ao meu lado. Ao meu pai Cesare por ter me guiado até o ponto de poder “cambalear” pelas próprias pernas. À minha irmã Mirian pelo amor incondicional e total apoio. À “nossa mãe” Ana pelo incentivo e encorajamento.

À minha orientadora Lourdes pela paciência e por toda as preciosas indicações na construção da pesquisa. Ao amigo Marcelo, pelo apoio e ajuda na realização da pesquisa de campo. Ao meu diretor, Luciano Foresti por permitir as “escapadas” necessárias para assistir às aulas. Ao professor Antônio dos Santos Neto por me convencer à iniciar os estudos em Comunicação e Semiótica e tornar tudo isso possível.

Aos professores do Mestrado em Educação por todo o ensinamento transmitido que foi absorvido e convertido em idéias que contribuíram diretamente na elaboração do trabalho. À banca examinadora pelas observações e sugestões. À Deus, por me aturar e não me abandonar mesmo sendo severamente criticado nos momentos difíceis.

## RESUMO

O presente trabalho de dissertação tem como tema “políticas educacionais e a responsabilidade social na formação do administrador de empresas” e compreende a formação do profissional para atuação responsável na sociedade. Partindo-se dessa temática chegou-se ao seguinte problema de pesquisa: como a responsabilidade social é trabalhada na formação do profissional de administração de empresas? A relevância social do trabalho esta em desvelar a visão maculada da responsabilidade social na contemporaneidade, pois esta tem sido utilizada muitas vezes como ferramenta de promoção comercial, como moeda de troca, como diferencial competitivo, ou apenas como obrigatoriedade legal para ações isoladas. A busca pela mudança desse quadro, instiga e cresce em importância, pelo fato de ser a responsabilidade social, quando bem compreendida, um norte para as aspirações pela harmonização da vida em sociedade. Ponderando a profundidade e a importância do tema, acredita-se que a maneira mais eficaz de provocar críticas e reflexões quanto à responsabilidade social, é atuando diretamente no processo de formação de profissionais-cidadãos, em Instituições de Ensino Superior. O objetivo geral que orientou o desenvolvimento da pesquisa foi analisar como a responsabilidade social é trabalhada na formação do profissional de administração de empresas. Ao pormenorizar os elementos constituintes do objetivo geral, delinear-se os seguintes objetivos específicos: identificar como as Políticas Educacionais tratam a questão da responsabilidade social na formação do profissional em Administração de Empresas; verificar em que termos a responsabilidade social é abordada no âmbito dos cursos de Administração de Empresas; investigar a compreensão dos alunos do curso de Administração de Empresas sobre a responsabilidade social. Os principais autores que embasaram a fundamentação teórica foram: Aragão; Aragão (2000), Karkotli (2004), Kanitz (2007), sobre Responsabilidade Social; Brundtland (1991), ICONS (2003) para desenvolvimento sustentável; Lipovetsky (1994), Leão (2003) a fim de buscar respostas ao questionamento sobre a dualidade entre ética e *marketing* na responsabilidade social; Veiga (1995), Santomé (1998), Moreira (2006) para fundamentar questões referentes ao Projeto Pedagógico e Currículo; Sauvé (1997), Lima (2003), Calderón (2005) e Volpi (2006) sobre o processo de formação nas IES; Poulantzas (2000), Azevedo (2001) e Brasil (2002 e 2004) para referendarem as questões sobre políticas educacionais e a responsabilidade social. O tipo de pesquisa empregada é de abordagem qualitativa, mediante estudo de caso, entendido como uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real. A fim de contemplar os objetivos específicos elencados, foi investigado o curso de Administração de Empresas de uma IES privada da cidade de Curitiba. A escolha deve-se ao interesse em analisar uma instituição nova e suas propostas educativas, no que tange às questões de responsabilidade social na formação

do egresso. O trabalho tem como estrutura cinco capítulos além da introdução, que tratam do tema responsabilidade social de forma geral, a formação do administrador de empresas relacionada à responsabilidade social, as políticas educacionais e a responsabilidade social, análise dos dados coletados na pesquisa de campo e as considerações finais.

**Palavras-Chave:** responsabilidade social; sustentabilidade; administração de empresas; políticas educacionais; cidadania.

## ABSTRACT

The present work has as subject "educational politics and the social responsibility in the formation of the administrator of companies" and understands the formation of the professional for responsible performance in the society. The social relevance of the work this in to show the stained vision of the social responsibility in the present time, therefore this has been used many times as tool of commercial promotion, as currency of exchange, as distinguishing competitive, or only as legal obligatoriness for isolated actions. The search for the change of this picture, instigates and grows in importance, for the fact of being the social responsibility, when understood well, a north for the aspirations for the harmonization of the life in society. Pondering the depth and the importance of the subject, one gives credit that the way most efficient to provoke critical and reflections how much to the social responsibility, it is acting directly in the process of formation of professional-citizens, in Institutions of Superior Education. The general objective that guided the development of the research was to analyze as the social responsibility is worked in the formation of the professional of business administration. The main authors who had based the theoretical recital had been: Aragão (2000), Karkotli (2004) and Kanitz (2007), about Social Responsibility; Brundtland (1991) and ICONS (2003) for sustainable development; Lipovetsky (1994) and Leão (2003) in order to search answers to the questioning about the dualidade between ethics and marketing in the social responsibility; Veiga (1995), Santomé (1998) and Moreira (2006) to base referring questions to the Pedagogical Project and Resume; Sauvé (1997), Lima (2003), Calderón (2005) and Volpi (2006) about the formation process on the IES; Poulantzas (2000), Azevedo (2001) and Brasil (2002 e 2004) to authenticate the questions on educational politics and the social responsibility. The type of employed research is of qualitative boarding, by means of study of case, understood as an empirical inquiry that investigates a phenomenon inside contemporary of a context of the real life. In order to contemplate the elencados specific objectives, were investigated the course of Business administration of a private IES of the city of Curitiba. The work has as structure five chapters beyond the introduction, that deal with the subject social responsibility of general form, the educational formation of the administrator of companies related to the social responsibility, politics and the social responsibility, analysis of the data collected in the field research and the conclusions.

**Key-Words:** social responsibility; sustainable development; business administration; educational politics; citizenship.

## SUMÁRIO

<b>RESUMO .....</b>	<b>05</b>
<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>07</b>
<b>2 RESPONSABILIDADE SOCIAL .....</b>	<b>15</b>
2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA .....	17
2.2 A PRÁTICA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL: ÉTICA OU MARKETING? .....	26
2.3 HISTÓRICO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	30
<b>3. A RESPONSABILIDADE SOCIAL E A FORMAÇÃO DO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS .....</b>	<b>41</b>
3.1 O PROJETO POLÍTICO PEDAGÓGICO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	43
3.2 O CURRÍCULO, O CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS E SUA PERTINÊNCIA SOCIAL .....	45
3.3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO PROCESSO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL NAS IES .....	52
<b>4. POLÍTICAS EDUCACIONAIS E A RESPONSABILIDADE SOCIAL .....</b>	<b>60</b>
4.1 DEFININDO POLÍTICAS PÚBLICAS E EDUCACIONAIS .....	60
4.2 CONTEXTO DEFINIDOR DE POLÍTICAS PÚBLICAS .....	61
4.3 RELAÇÃO DAS POLÍTICAS EDUCACIONAIS COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	66
4.4 LEGISLAÇÃO EDUCACIONAL SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	69
<b>5. A CONCEPÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS .....</b>	<b>75</b>
5.1 CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS .....	76
5.2 COMPREENSÃO DOS ALUNOS QUANTO À FORMAÇÃO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	81
5.2.1 Conceito de Responsabilidade Social .....	83
5.2.2 A Responsabilidade Social na Formação do Administrador de Empresas .....	90
5.2.3 Disciplinas e Aspectos referentes à Responsabilidade Social .....	96

5.2.4 As Mudanças Sociais e as Ações de Responsabilidade Social .....	99
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>108</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>116</b>
<b>ANEXO A – QUESTIONÁRIO .....</b>	<b>122</b>

## **LISTA DE QUADROS**

QUADRO 01 – A EMPRESA E SEUS PARCEIROS .....	18
QUADRO 02 – SÍNTESE CONCEITUAL DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA .....	23
QUADRO 03 – EVOLUÇÃO HISTÓRICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	34
QUADRO 04 – QUADRO DE DISCIPLINAS 2007 .....	79
QUADRO 05 – DISCIPLINAS E ASPECTOS REFERENTES À RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	97

## **LISTA DE TABELAS**

TABELA 01 – CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	83
TABELA 02 – RESPONSABILIDADE SOCIAL NA FORMAÇÃO DO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS .....	90
TABELA 03 – DISCIPLINAS RELACIONADAS À RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	96
TABELA 04 – ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS .....	99
TABELA 05 – AS MUDANÇAS SOCIAIS E AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	99
TABELA 06 – AS MUDANÇAS SOCIAIS E AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	100

## **LISTA DE GRÁFICOS**

GRÁFICO 01 – CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	83
GRÁFICO 02 – RESPONSABILIDADE SOCIAL NA FORMAÇÃO DO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS .....	91
GRÁFICO 03 – DISCIPLINAS RELACIONADAS À RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	97
GRÁFICO 04 – PERCEPÇÃO DA EXISTÊNCIA DE MUDANÇAS NA SOCIEDADE CAUSADAS POR AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	100
GRÁFICO 05 – AS MUDANÇAS SOCIAIS E AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	101

## 1 INTRODUÇÃO

O tema “políticas educacionais e a responsabilidade social na formação do administrador de empresas” compreende a formação do profissional para atuação responsável na sociedade. O assunto em questão toma cada vez mais corpo e configura-se como elemento fundamental na dinâmica empresarial e suas relações com a sociedade. É inegável a importância dada à responsabilidade social pelas empresas na tentativa de seduzir o cliente com seu pacote de atrativos, procurando mostrar que além de produto, serviço e preço, a empresa possui um grande diferencial: investe no bem estar social. A imagem de “boazinha” e o largo sorriso organizacional tem, entre outras, a intenção de cativar e fidelizar sua clientela. Analisando-se de forma superficial, pode-se entender que houve uma grande evolução no modo de gestão atual, em que há poucos anos não se usava o termo responsabilidade social de forma tão freqüente como atualmente. O inconveniente surge à partir do ponto em que questionando-se, não se consegue encontrar a resposta como e de que forma essas empresas estão contribuindo para a sociedade por meio de ações responsáveis, como divulgam em seus anúncios. Não se sabe qual a forma por que a sociedade não procura saber, ou não se sabe a forma por que não existe nenhuma proposta concreta, ou seja, o compromisso não passa de mera campanha publicitária? Mostra-se necessário compreender o que de fato acontece, analisar o sentido de responsabilidade social para as empresas e para a sociedade.

Partindo-se dessa temática chegou-se ao seguinte problema de pesquisa: como a responsabilidade social é trabalhada na formação do profissional de administração de empresas? As possíveis respostas para essa pergunta podem levar a um melhor entendimento das causas que geram os problemas que se inserem nesse contexto. A possibilidade de haver na sociedade uma atuação mercadológica consciente e sustentável, depende diretamente da formação que as pessoas que estarão à frente das empresas e organizações tenham recebido.

A tendência em fazer emergir os aspectos humanos e sociais durante a formação do pesquisador como Administrador de Empresas, levou a priorização do pensamento na perspectiva do ser humano, na preservação dos conceitos de bem-estar e dos direitos humanos em contraposição a valorização tão somente dos resultados financeiros e mercadológicos. Os aspectos humanos, não se limitam apenas ao ser humano, mas abrangem também outras relações indiretas que influenciam a vida, ou seja, não somente as relações diretas entre homens, mas também a relação do homem com o meio. A degradação de tantos recursos que a natureza oferece, os riscos diversos de extinção de espécies animais e vegetais, escassez de recursos naturais básicos, aquecimento global, enfim, um desequilíbrio completo iminente, que pode até mesmo levar a espécie à extinção (como já levou vários outros povos conhecidos como Incas, Astecas, Maias, etc.). É claro que não se pode responsabilizar o mercado empresarial por toda a degradação e mau uso dos recursos naturais, mas é possível que o empresariado, por meio de seus administradores, auxiliem na preservação do meio e na educação da sociedade nas relações homem-homem, bem como nas relações homem-natureza.

A intenção de provocar mudanças primeiramente em nível empresarial, buscando agir conforme os valores construídos ao longo do processo de formação como cidadão e profissional, e percebendo que o resultado dessas ações só seria possível quando pensado em nível coletivo, incentivaram o pesquisador na tentativa de uma conscientização dentro da empresa. Ao notar que os valores capitalistas de geração e maximização de lucro em detrimento de todos os outros aspectos humanos estavam profundamente arraigados não só na esfera da diretoria, mas também em todos os outros níveis que participam do processo empresarial. Projetando essa situação para um universo maior, percebeu-se que tais conceitos não fazem parte somente do mundo empresarial, mas que de uma maneira geral, eles se fazem

presentes na sociedade em que muitos compartilham dos mesmos valores, agindo de forma semelhante na busca do acúmulo de capital.

Esse processo de conscientização possibilitou uma reflexão sobre as possibilidades de como expor idéias e projetos sobre o tema. Os ideais que impulsionaram a pesquisa no âmbito pessoal foram: viver em uma sociedade onde os princípios humanos prevaleçam, onde o Homem realmente tenha valor nas decisões nas mais diferentes instâncias, onde o respeito à natureza seja parte integrante e essencial da vida, portanto devendo ser protegida e igualmente considerada nas ações humanas, enfim, uma sociedade humanizada e consciente do papel que cada cidadão deve exercer para si e para o todo.

Quanto à relevância social do tema, é perceptível a visão maculada da responsabilidade social na contemporaneidade, pois esta tem sido utilizada muitas vezes como ferramenta de promoção comercial, como moeda de troca, como diferencial competitivo, ou apenas como obrigatoriedade legal para ações isoladas. A busca pela mudança desse quadro, instiga e cresce em importância, pelo fato de ser a responsabilidade social, quando bem compreendida, um norte para as aspirações pela harmonização da vida em sociedade.

Se existe algum conceito ideal de responsabilidade social, deve-se questionar os seus “ideais” objetivos, a fim de promover a discussão sobre ações mais sociais e menos mercadológicas, suscitando os seguintes questionamentos: é possível considerar a promoção do bem-estar social e crescimento sustentável, independente do retorno financeiro-institucional? Pode haver políticas públicas que garantam os direitos sociais? Podem empresas e organizações atuar como co-responsáveis pela promoção de melhorias da condição social e de exercício da cidadania? É possível haver indivíduos aptos a exigir posturas responsáveis das empresas e organizações, como consumidores, como profissionais e como cidadãos? Como todos esses elementos podem contribuir ativamente na construção de uma sociedade melhor,

visando minimizar os efeitos nocivos do capitalismo? Todas as questões tem como objetivo viabilizar um comportamento que tenham em seu cerne ações dessa natureza a serem consideradas quando se aborda o tema: responsabilidade social.

Ponderando a profundidade e a importância do tema, acredita-se que a maneira mais eficaz de provocar críticas e reflexões quanto à responsabilidade social, é atuando diretamente no processo de formação de profissionais-cidadãos, em Instituições de Ensino Superior (IES).

No contexto do capitalismo globalizado, com maior ênfase em países considerados em desenvolvimento, como é o caso do Brasil, as desigualdades sociais e os problemas ambientais são gritantes e necessitam de soluções efetivas. Dentro desse panorama, sabendo-se que as circunstâncias são abrangentes e complexas, a ação isolada do Governo não tem obtido êxito na resolução do problema como um todo. Dessa forma, faz-se necessário que outras instancias da sociedade, como as empresas da iniciativa privada e ONGS, sejam co-responsáveis pela busca de uma melhor condição sócio-ambiental. Considerando que essas organizações são conduzidas por profissionais das mais diversas áreas do conhecimento, as ações organizacionais são reflexo da formação de seu contingente humano.

A expansão mundial da economia de mercado e a importância crescente das empresas como motor do desenvolvimento social têm alterado também a própria função social da empresa. Esta confronta-se com um novo e imprevisto olhar crítico e contínuo dos cidadãos, dos meios de comunicação social, dos poderes públicos. Da empresa espera-se um desempenho social determinado, desempenho este que nunca mais se vai poder separar dos tradicionais objetivos de produtividade, competitividade e lucro. Face à estas expectativas das sociedades, as empresas são convocadas a proceder a novos esforços de adaptação, que já não se confinam às novas tecnologias ou aos novos produtos ou mercados, mas que compreendem o que chamamos a sua responsabilidade social. (LEÃO, 2003, p.5).

Para que uma empresa assuma a sua responsabilidade social é necessário que os profissionais estejam preparados e conscientes da sua importância. Esta formação é de responsabilidade das IES, que deverão possibilitar um processo de formação voltado para a construção da cidadania que por sua vez engloba questões

éticas e de responsabilidade social. Sendo assim, é importante aferir como as IES trabalham com essas questões, nas práticas pedagógicas de formação dos alunos nos cursos de graduação em administração de empresas. A educação formal, preocupada com a formação integral do indivíduo, deve fomentar a crítica e a reflexão sobre as desigualdades sociais e problemas ambientais, levando o indivíduo a adotar uma postura crítica, reflexiva e responsável enquanto cidadão na sociedade.

O objetivo geral que orientou o desenvolvimento da pesquisa foi analisar como a responsabilidade social é trabalhada na formação do profissional de administração de empresas. Ao pormenorizar os elementos constituintes do objetivo geral, delinearam-se os seguintes objetivos específicos: identificar como as Políticas Educacionais tratam a questão da responsabilidade social na formação do profissional em Administração de Empresas; verificar em que termos a responsabilidade social é abordada no âmbito dos cursos de Administração de Empresas; investigar a compreensão dos alunos do curso de Administração de Empresas sobre a responsabilidade social.

O tipo de pesquisa empregada é de abordagem qualitativa, mediante estudo de caso, entendido como uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real (YIN, 2001). O motivo da escolha por essa modalidade de pesquisa deve-se ao fato de ser a mais adequada aos objetivos propostos. Este tipo de pesquisa em educação tornou-se notória entre os pesquisadores por volta dos anos 80. Surgiu assim, um grande número de publicações a respeito dos fundamentos teóricos e dos procedimentos metodológicos da pesquisa qualitativa, entre eles: Lüdke e André (1986), Demo (1986), Bogdan e Biklen (1982), Triviños (1987) e Erikson (1989).

A abordagem qualitativa realça os valores, as crenças, as representações, as opiniões, atitudes e usualmente é empregada para que o pesquisador compreenda os fenômenos caracterizados por um alto grau de complexidade interna do fenômeno pesquisado. Já o estudo de caso consiste em uma investigação detalhada de uma ou

mais organizações, ou grupos dentro de uma organização, com vistas a prover uma análise do contexto e dos processos envolvidos no fenômeno em estudo. O fenômeno não está isolado de seu contexto (como nas pesquisas de laboratório), já que o interesse do pesquisador é justamente essa relação entre o fenômeno e seu contexto. A abordagem de estudo de caso não é um método propriamente dito, mas uma estratégia de pesquisa. (HARTLEY, 1994).

Se por um lado a pesquisa quantitativa procura seguir um plano rigorosamente estabelecido, por outro, a pesquisa qualitativa é construída ao longo de seu desenvolvimento, não buscando enumerar ou medir eventos, e sem priorizar apenas a análise estatística dos dados coletados. Na pesquisa qualitativa o pesquisador busca compreender os fenômenos pela perspectiva dos participantes da situação estudada e a partir daí realiza suas interpretações. Por meio da obtenção de dados descritivos o pesquisador entra em contato direto e interativo com seu objeto de estudo.

As pesquisas qualitativas são exploratórias, estimulam os entrevistados a pensarem livremente sobre algum tema, objeto ou conceito. Elas fazem emergir aspectos subjetivos e atingem motivações não explícitas, ou mesmo conscientes, de maneira espontânea. São usadas quando se busca percepções e entendimento sobre a natureza geral de uma questão, abrindo espaço para a interpretação.

Nas abordagens qualitativas, o termo pesquisa ganha novo significado, passando a ser concebido como uma trajetória circular em torno do que se deseja compreender, não se preocupando unicamente com princípios, leis e generalizações, mas voltando o olhar à qualidade, aos elementos que sejam significativos para o pesquisador.

A fim de contemplar os objetivos específicos elencados, foi investigado o curso de Administração de Empresas de uma IES privada da cidade de Curitiba. A escolha deve-se ao interesse em analisar uma instituição nova e suas propostas educativas, no que tange às questões de responsabilidade social na formação do egresso. O

instrumento de pesquisa empregado foi o questionário (Anexo A) com os alunos do último período noturno do curso de Administração de Empresas.

O questionário, também chamado de pesquisa ampla, é um dos procedimentos mais utilizados para obter informações. É uma técnica de custo razoável, apresenta as mesmas questões para todas as pessoas, garante o anonimato e pode conter questões para atender a finalidades específicas de uma pesquisa. Aplicada criteriosamente, esta técnica apresenta elevada confiabilidade. Podem ser desenvolvidos para medir atitudes, opiniões, comportamento, circunstâncias da vida do cidadão, e outras questões. Podem ser aplicados individualmente ou em grupos, por telefone, ou mesmo pelo correio. Pode incluir questões abertas, fechadas, de múltipla escolha, de resposta numérica, ou do tipo sim ou não. (BARBOSA, 1999, p.26).

Além da obtenção de dados junto aos alunos foi feita uma análise das disciplinas citadas pelos alunos com conteúdos sobre responsabilidade, bem como da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Administração de Empresas e do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004.

Para nortear a análise desta investigação foram definidas as seguintes categorias<sup>1</sup>:

**Cidadania:** A origem da palavra cidadania vem do latim “civitas”, que quer dizer cidade. A palavra cidadania foi usada na Roma Antiga para indicar a situação política de uma pessoa e os direitos que essa pessoa tinha ou podia exercer.

**Ética:** Parte da filosofia responsável pela investigação dos princípios que motivam, distorcem, disciplinam ou orientam o comportamento humano, refletindo simplesmente a respeito da essência, das normas, valores, prescrições e exortações presentes em qualquer realidade social. Conjunto de regras e preceitos de ordem valorativa e moral de um indivíduo, de um grupo social ou de uma sociedade.

**Responsabilidade Social:** é o relacionamento ético e transparente de uma organização com todas as suas partes interessadas visando o desenvolvimento sustentável. A responsabilidade social empresarial é uma forma de gestão que se

---

<sup>1</sup> Conceitos elaborados com base Glossário de Responsabilidade Social do Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial. Disponível em: [www.fiepr.org.br](http://www.fiepr.org.br).

define pela relação da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona por meio do estabelecimento de metas compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Sustentabilidade: Condução dos negócios e uso de recursos naturais considerando o direito à vida das gerações futuras. É olhar para tudo na criação do Universo de forma sistêmica e interligada de modo que cada ciclo de um subsistema gera subprodutos que são entrada ou alimentação para um outro subsistema.

A metodologia utilizada para categorização das respostas dos questionários foi baseada no modelo estatístico em que em uma mesma resposta podem ser encontrados vários elementos. Por exemplo: ao definir responsabilidade social o aluno expressou duas ou mais idéias que posteriormente tornaram-se categorias classificatórias das respostas. Desse modo, a totalização dos resultados em cada categoria não foi igual ao total de alunos que participaram da pesquisa, sendo sempre superior a esse valor. Em suma, observou-se que os alunos, quase em sua totalidade, não abordaram apenas um elemento em suas respostas.

O trabalho tem como estrutura cinco capítulos além da introdução, que tratam do tema responsabilidade social de forma geral, a formação do administrador de empresas relacionada à responsabilidade social, as políticas educacionais e a responsabilidade social, análise dos dados coletados na pesquisa de campo e as considerações finais.

## 2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

O sentido etimológico da palavra responsabilidade advém do latim *respondere*, que denota “a qualidade de responsável”, que “responde por atos próprios ou de outrem”, que “deve satisfazer os seus compromissos ou de outrem” (MICHAELIS, 1998).

As várias significações para o termo direcionam o entendimento à questões relacionadas à área do dever, da obrigação legal ou moral, ou seja, ao campo da ética. Refletir sobre ética e sua ligação com a responsabilidade social remete às manifestações de cada coletividade, à esfera da cultura. Fleta citado por Fernandes (2000) define responsabilidade social como:

O conjunto de obrigações inerentes a evolução de um estado ou condição com força ainda não reconhecidas pelo ordenamento jurídico positivo ou desconhecidas parcialmente, mas cuja força que se vincula e sua prévia tipificação procedem da íntima convicção social de que não segui-la constitui uma transgressão da norma da cultura. (p. 37).

A partir dessa definição, pode-se entender que a responsabilidade social deve ser concebida mediante a percepção espontânea da sociedade, independente de haver ou não regulamentação legal como condição de sua prática. Essa percepção, advinda de uma reflexão crítica da realidade social, pertence ao campo da ética. Desta forma, a responsabilidade social pode ser entendida como conseqüência do desenvolvimento da consciência ética de cada comunidade ou instituição social.

Para compreender a amplitude do conceito de responsabilidade social, este deve ser entendido como indissociável do entendimento do que se possa definir como sustentabilidade.

É a propriedade de um processo que, além de continuar existindo no tempo, revela-se capaz de: (a) manter padrão positivo de qualidade, (b) apresentar, no menor espaço de tempo possível, autonomia de manutenção (contar com suas próprias forças), (c) pertencer simbioticamente a uma rede de coadjuvantes também sustentáveis e (d) promover a dissipação de estratégias e resultados, em detrimento de

qualquer tipo de concentração e/ou centralidade, tendo em vista a harmonia das relações sociedade-natureza. (ICONS, 2003, p.12).

Faz-se necessário ressaltar que o conceito de sustentabilidade inclui a responsabilidade social como fator primordial para sua efetivação. Partindo do princípio que a natureza tem como característica intrínseca a sua auto-sustentabilidade, e que o processo civilizatório trouxe consigo o desequilíbrio e a violação dessa característica, a responsabilidade social surge como o meio pelo qual a sustentabilidade pode ser resgatada. No contexto da sustentabilidade o ser humano não pode ser visto como um usuário dos recursos naturais, mas como parte de um todo holisticamente integrado.

Em sua intervenção no plenário da ONU, em Nova York, a ministra do Meio-Ambiente do Brasil, Marina Silva, lembrou que:

O círculo virtuoso do desenvolvimento sustentável compõe-se de: investimentos inteligentes, responsabilidade social das empresas, geração de empregos, aumento de renda da população local, conseqüente arrecadação de impostos, enfim, a geração de riqueza e a proteção do patrimônio de biodiversidade brasileira não são metas antagônicas. O que é preciso ter é visão estratégica (NOVAE 2003, p.7).

A busca pela sustentabilidade não deve significar estagnação econômica, da mesma forma que progresso não deve significar devastação do ambiente, considerando todos os elementos essenciais à vida. É possível convergir os interesses de crescimento econômico com a necessidade de desenvolvimento sustentável, entendendo-se como indissociável a relação entre sustentabilidade e crescimento. Uma vez que não é possível garantir o não esgotamento de recursos naturais, o crescimento socioeconômico fica comprometido. Dessa forma, o crescimento sustentável torna-se uma premissa fundamental para a sobrevivência e evolução da sociedade contemporânea. Icons (2003) conceitua desenvolvimento sustentável como:

[...] processo político-participativo que integra as sustentabilidades econômica, ambiental e cultural, coletiva e individual, tendo em vista o alcance e a manutenção da qualidade de vida, seja nos momentos de disponibilização de recursos, seja quando dos períodos de escassez, tendo como perspectivas a cooperação e a solidariedade, entre os povos e as gerações. (ICONS, 2003, p.14).

A prática da responsabilidade social nas instituições pauta-se na sustentabilidade do meio, objetivando integrar as esferas econômica, ambiental e social na criação de um contexto compatível à manutenção e ao crescimento das atividades das organizações, no presente e no futuro.

Desenvolvimento sustentável é aquele que "[...] satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades" (BRUNDTLAND, 1991).

A fim de que essas necessidades ressaltadas por Brundtland sejam supridas, as relações do homem com a natureza devem incidir com o menor dano possível ao ambiente. As políticas, os sistemas de produção, transformação, comércio, serviço e o consumo têm de trabalhar resguardando a biodiversidade e o próprio ser humano.

## 2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

A responsabilidade social, em específico a corporativa, que diz respeito às corporações empresariais – apesar de o termo corporação não se restringir somente ao segmento empresarial, mas, em se tratando de responsabilidade social, predominantemente refere-se às empresas – surge no século XXI como elemento fundamental de sobrevivência das empresas. Entende-se que os vários ambientes em que estão inseridas as empresas, estão em constante mutação e precisam ser compreendidos pelas mesmas, a fim de manterem-se vivas e competitivas. Pode-se entender por ambiente tanto a natureza e seus recursos, quanto o homem e a sociedade de consumo. O ser humano enquanto agente causal e final, ou seja, entendendo-o como o principal motivo da existência das empresas para atender as suas necessidades, e ao mesmo tempo como o coração que torna a organização viva, influencia diretamente no comportamento do mercado consumidor, entendendo como mercado o "[...] conjunto de todos os envolvidos ou organizações que compram ou podem ser induzidos a comprar um produto ou serviço". (ARAGÃO; KARKOTLI,

2004, p. 21). A responsabilidade social corporativa surge nesse contexto como um dos principais elementos para assegurar a sobrevivência das empresas diante desse conturbado e instável cenário econômico, em que o “atual”, por conta do comportamento social e conseqüentemente do mercado empresarial, se torna obsoleto a cada instante.

É importante a partir desse ponto, compreender o significado da responsabilidade social corporativa para todos os envolvidos nas atividades da empresa e no ambiente em que ela está inserida. Quais aspectos envolvem ações responsáveis, quem são ou deveriam ser considerados nessas ações, quais formas / estratégias podem ser adotadas para iniciar esse ou aquele plano de atuação responsável, qual o papel social que a empresa deve ter com todos os envolvidos (diretamente e indiretamente), enfim, essas e tantas outras questões que devem ser analisadas na busca por uma, entre tantas possíveis concepções de responsabilidade social corporativa. Para tanto, faz-se necessário compreender quais os agentes que compõem a esfera de atuação de uma empresa, suas contribuições e demandas, que interferirão na percepção individual quanto à responsabilidade social.

#### QUADRO 01 – A EMPRESA E SEUS PARCEIROS

<b>Parceiros</b>	<b>Contribuições</b>	<b>Demandas Básicas</b>
Acionistas	Capital	Lucros e dividendos Preservação do patrimônio
Empregados	Mão-de-obra Criatividade Idéias Tempo	Remuneração justa Condições adequadas de trabalho Segurança, saúde e proteção Reconhecimento e realização pessoal
Fornecedores	Mercadorias	Respeito aos contratos Negociação leal Parceria

## QUADRO 01 – A EMPRESA E SEUS PARCEIROS

<b>Parceiros</b>	<b>Contribuições</b>	<b>Demandas Básicas</b>
Clientes	Dinheiro	Segurança e boa qualidade dos produtos e serviços Preço acessível Atendimento de necessidades / desejos
Concorrentes	Competição; referencial de mercado	Lealdade na concorrência Propaganda honesta
Governo	Suporte institucional, jurídico e político	Obediência às leis Pagamento de tributos
Grupos e Movimentos	Aportes socioculturais diversos	Proteção ambiental Respeito aos direitos das minorias Respeito aos acordos salariais
Comunidade	Infra-estrutura	Respeito ao interesse comunitário Contribuição para a melhoria da qualidade de vida da comunidade Conservação dos recursos naturais etc,

FONTE: Quadro elaborado com base em Aragão, 2000.

Pode-se notar no quadro acima que mesmo havendo interesses divergentes, como, por exemplo, interesse de acionistas versus comunidade, a responsabilidade social, visando o bem coletivo, deve ser intrínseca em ambos os pólos e direcionar as ações para um ponto convergente em que ambas as partes sejam co-responsáveis pela manutenção do bem estar e atendimento das necessidades da sociedade. Em outras palavras: a empresa é formada por diversos parceiros com interesses divergentes entre si, isso, porém, não pode afetar a garantia da segurança e do bem estar da comunidade, ou seja, ambos devem ajustar os seus interesses e executar as ações respeitando o bem comum. Em consonância com esse pensamentos, Andrade

(2004) defende a necessidade de harmonização dos interesses privados com os interesses sociais:

Na nova ordem mundial estabelecida nos últimos 20 anos, em que praticamente faliram os sistemas totalitários de apropriação e de gestão de recursos, bem como os de acumulação radical e excludente, os sistemas reformados do mercado em que as corporações atuam terão continuidade à medida que os interesses dos proprietários se harmonizarem com os de outros grupos de interesse (p. 381).

Os principais objetivos das empresas tradicionais visam unicamente o equilíbrio entre receitas e despesas, ou a relação entre lucro e custos. Outros aspectos sociais e políticos que definem ou não o posicionamento de uma empresa como responsável, até pouco tempo não eram entendidos como necessários, e em muitos casos, percebidos como inviáveis no âmbito administrativo, financeiro e operacional (DONAIRE, 1995). Essa postura cada vez mais se torna insustentável, devido às transformações que vem se construindo há algumas décadas e mais acentuadamente a partir do final dos anos 90. A nova configuração, os novos elementos inseridos no dia-a-dia da sociedade, as percepções quanto a degradação de recursos naturais, direitos humanos, qualidade de vida e outros, tornam cada vez mais necessárias a gestão responsável de todos os recursos, como fator de sustentabilidade não só do meio, mas como da própria organização.

Atualmente a realidade das empresas engloba, além de interesses de proprietários, dirigentes e trabalhadores, ações que correspondam às responsabilidades de que está investida, dentre as quais: a qualidade intrínseca de seus produtos e as conseqüências de sua utilização; o padrão dos serviços prestados; proteção e preservação do meio ambiente, bem como os efeitos diretos de sua atividade sobre o bem estar da comunidade (ARAGÃO; KARKOTLI, 2004, p. 23).

Existem vários conceitos para definir responsabilidade social corporativa. A construção de uma definição deve abranger todos os aspectos diretos e indiretos que envolvem e são conseqüências da gestão empresarial.

Inicialmente é fundamental reforçar que a responsabilidade social em seu sentido ideal deve ser incorporada tanto pela empresa, quanto pela sociedade, de

forma voluntária. A partir do momento em que isso não acontece, a responsabilidade social corporativa corre o risco de ter o seu emprego distorcido e conseqüentemente ineficiente no que diz respeito à garantia do cumprimento das responsabilidades da organização para com a sociedade, e de uma cobrança oriunda de uma sociedade esclarecida e participativa para com as empresas que se inserem em suas comunidades.

Havendo desequilíbrio entre o entendimento que a sociedade deve ter de responsabilidade social, obviamente considerando a sua própria responsabilidade sobre o meio, e as empresas, ou seja, se não houver convergência entre a empresa e a comunidade na compreensão desse conceito, podem existir alguns efeitos indesejáveis para o bem estar social. Caso a sociedade não esteja preparada para exigir das empresas ações responsáveis, essa poderá, caso não tenha valores éticos sólidos, utilizar-se da responsabilidade social única e exclusivamente como ferramenta mercadológica para alavancar suas vendas ou apenas parecer uma organização de boa índole para seus consumidores. Diferentemente de seu discurso, poderá continuar utilizando-se dos recursos naturais de maneira inadequada, não oferecendo para seus funcionários condições adequadas de trabalho, não oferecendo salários e suporte condizente com as necessidades deles e conseqüentemente de suas famílias, desrespeitando as leis e regulamentos sociais, enfim, não contribuindo para o bem estar da comunidade. Outra possibilidade é a de haver cobrança por parte da sociedade, mas uma não aceitação das reivindicações comunitárias por parte da organização, e dessa forma se instalar uma luta entre as partes, e, muito provavelmente o maior afetado será o meio ambiente e a própria comunidade que terá que aguardar um parecer legal para ter seus direitos assegurados. Por esses motivos é que se torna fundamental haver consonância no que se entende e no que se espera da responsabilidade social corporativa.

Como conceito, a responsabilidade social se refere à noção de que empresas ou organizações têm uma obrigação com outros grupos

constituídos na sociedade, além de acionistas. Essa definição apresenta dois lados críticos: primeiro que a obrigação deve ser voluntariamente adotada, muito embora admita-se que qualquer comportamento influenciado por forças coercitivas da lei ou sob acordos contratuais não é propriamente ação voluntária. Outro aspecto do conceito é determinar se as empresas tem realmente obrigações para com outros grupos tais como: consumidores, empregados, fornecedores e comunidade (ARAGÃO; KARKOTLI, 2004, p. 53).

De acordo com Oded Grajew (1999), Presidente do Instituto Ethos, a responsabilidade social corporativa “[...] é a atitude ética da empresa em todas as suas atividades. Diz respeito às interações da empresa com funcionários, fornecedores, clientes, acionistas, governo, concorrentes, meio ambiente e comunidade”.

Considerando os elementos que estão dispostos até esse ponto, nota-se que deve haver por parte da organização, não somente consideração, mas interação com a comunidade no sentido de entender quais as suas demandas e atuar em prol do bem estar social, e também, abrir para essa mesma comunidade as suas intenções e como pretende agir. Essa conduta pode estabelecer uma relação de respeito mútuo entre a organização e a comunidade, cooperação e perceber que a relação empresa-sociedade é uma relação complexa e inter-relacionada, em que a ação da organização terá efeitos diretos no meio, ou seja, a organização não é um elemento independente do ambiente. Conforme Davis (1975), a empresa deve buscar conhecer o ideário social com tanto empenho quanto busca informações de mercado, e analisá-lo da mesma maneira como as de natureza econômicas são analisadas. O modelo de responsabilidade social espera que os negócios voltem suas atenções para as necessidades e desejos sociais. A responsabilidade social corporativa, em sentido estrito, deve ser entendida como “a obrigação que tem a organização de responder por ações próprias ou de quem a ela esteja ligada” (ARAGÃO; KARKOTLI, 2004, p. 45).

Na busca da compreensão do significado de responsabilidade social corporativa, é importante ter claro o contexto em que se está inserido e quais as necessidades de cada sujeito envolvido. O quadro abaixo apresenta várias concepções

construídas por diferentes autores em diferentes momentos, possibilitando relacionar o momento histórico em que cada conceito foi concebido com os aspectos assinalados por cada autor.

#### QUADRO 02 – SÍNTESE CONCEITUAL DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

<b>Autores</b>	<b>Conceituação</b>
Bowen (1953)	Obrigação do empresário de adotar políticas, tomar decisões, e acompanhar linhas de a�o desejáveis, segundo os objetivos e valores da sociedade.
Petit (1976)	�tica do lucro dando lugar � �tica da responsabilidade social: demandas sociais que não podem ser satisfeitas pelas técnicas tradicionais de gerência empresarial, ou seja, com fun�es especificamente econômicas.
Friedman (1970)	Responsabilidade social � um comportamento antimaximiza�o de lucros, assumido para beneficiar outros que não os acionistas da empresa. Portanto, existe somente uma responsabilidade da empresa: utilizar seus recursos e organizar suas atividades com o objetivo de aumentar seus lucros, seguindo as regras do jogo de mercado.
Kugel (1973)	Desenvolvimento do conceito de responsabilidade social: acompanhou a própria evolu�o dos programas sociais estabelecidos pelas empresas americanas. Os executivos passaram a aceitar a necessidade de realizar certas a�es e procuraram fazer com que fossem componentes regulares das opera�es das empresas.
Zenisek (1979)	Responsabilidade social como uma preocupa�o das empresas com as expectativas do público. Seria, então, a utiliza�o de recursos humanos, físicos e econ�micos para fins sociais mais amplos, e não simplesmente para satisfazer interesses de pessoas ou organiza�es em particular.

FONTE: Adaptado de Hatz, apud Aragão; Karkotli, 2004.

Com base no atual cenário sócio-econômico externo e interno, e com as idéias desenvolvidas até esse ponto, é possível a construção de um conceito ideal de responsabilidade social corporativa, atualizado e focado nas necessidades da sociedade brasileira. Pode-se dizer que a responsabilidade social corporativa é a conduta espontânea e voluntária por parte das organizações, por meio de seus gestores, que reconhecem as obrigações (voluntárias) que a empresa tem para com todos os agentes internos e externos, com a comunidade local, com a sociedade como um todo e principalmente com a natureza e seus recursos. A promoção do bem estar social, qualidade de vida de todos os envolvidos direta e indiretamente com a organização, melhoria no nível cultural e educacional da comunidade, bem como a otimização e permanente busca para minimizar o quanto possível a degradação de recursos naturais, devem prevalecer sobre qualquer interesse individual que vão contra o bem comum.

Para se garantir e efetivação de práticas de responsabilidade social corporativa, é fundamental que a educação seja de responsabilidade não só do Governo, mas também de organizações privadas, que consigam auxiliar no objetivo de elevar o nível sócio-cultural da sociedade brasileira. Dessa forma poder-se-á ter certeza de que os conceitos de responsabilidade social terão realmente sentido e serão verdadeiros em sua prática, já que a própria sociedade será a maior promotora e incentivadora de empresas realmente responsáveis. Em consonância com esse pensamento Aragão e Karkotli (2004, p.13) destacam que com a elevação do grau de “[...] informação e conscientização da sociedade” ocorre juntamente a modificação na gestão empresarial, “[...] impelindo-as a assumirem novos compromissos que vão além daqueles definidos pela ordem econômica centrada no mercado, onde a minimização de custos e a primazia do lucro são os objetivos únicos”.

Sabe-se, porém, que diferente do conceito ideal, a prática honesta da responsabilidade social por parte das empresas, ou seja, sem buscar unicamente a promoção de sua marca ou melhorar a imagem junto aos seus consumidores, ainda é

muito pequena. Segundo Stephen Kanitz (2007), os dez mandamentos da responsabilidade social para haver ações genuínas das empresas para com a sociedade, devem considerar os seguintes aspectos:

1. Antes de implantar um projeto social pergunte para umas vinte entidades do Terceiro Setor para saber o que elas realmente precisam.
2. O que as entidades precisam normalmente não é o que sua empresa faz, nem o que a sua empresa quer fazer.
3. Toda empresa que assumir uma responsabilidade será mais dia menos dia responsabilizada.
4. Assumir uma responsabilidade social é coisa séria. Creches não mandam embora órfãos porque a diretoria mudou de idéia.
5. Todo o dinheiro gasto em anúncios tipo "Minha Empresa É Mais Responsável do que o Concorrente", poderia ser gasto duplicando as doações de sua empresa.
6. Entidades têm no social seu "core business", dedicam 100% do seu tempo, 100% do seu orçamento para o social. Sua empresa pretende ter o mesmo nível de dedicação?
7. O consumidor não é bobo.
8. Antes de querer criar um Instituto com o nome da sua empresa ou da sua marca favorita, lembre-se que a maioria dos problemas sociais é impalatável.
9. Evite usar critérios empresariais ao escolher seus projetos sociais, como "retorno sobre investimento" ou "ensinar a pescar". Esta área é regida por critérios humanitários, não científicos ou econômicos.
10. A responsabilidade social é no final das contas, sempre do indivíduo, do voluntário, do funcionário, do dono, do acionista, do cliente, porque requer amor, afeto e compaixão.

Poucas empresas vêem na responsabilidade social uma necessidade real, e não um bônus ou um simples discurso para ludibriar a sociedade. Um número muito pequeno de organizações realmente realiza ações responsáveis, a grande maioria baseia-se em ações exclusivamente assistencialistas como doar "migalhas" para, por exemplo, creches e orfanatos, e colocam em suas propagandas que são promotoras de responsabilidade social. Isso, sem considerar o fato de que a legislação brasileira "premia" algumas dessas ações com isenção de impostos. "Empresas estão agora ganhando dinheiro vendendo a imagem de bonzinhos na área social. Virou um grande negócio, existem agora interesses a preservar, o lado voluntário e filantrópico se foi para sempre". (KANITZ, 2007). Torna-se claro, diante do exposto acima, que não é necessário somente ações que envolvam investimentos monetários para ser uma organização socialmente responsável, diferente disso, muitas vezes as ações que não envolvem dinheiro algum, mas são pautadas pela ética, respeito e cooperação, provocam muito mais benefícios tanto para sociedade, quanto para a própria

organização, do que (do)ações exclusivamente financeiras. Essas questões serão mais profundamente analisadas no capítulo seguinte.

## 2.2 A PRÁTICA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL: ÉTICA OU MARKETING?

Até este ponto, desenvolveu-se o conceito de responsabilidade social e sustentabilidade em termos ideais, porém, é necessário destacar a maneira como esse tema tem sido encarado pela maioria das organizações.

Não obstante, e sem distanciamentos da realidade, sabe-se que a empresa do sistema capitalista só se comporta de forma socialmente responsável quando sua sobrevivência está ameaçada, ou quando alguma atitude que adote possa gerar valor, isto porque, mesmo com a vigilância que a sociedade vem exercendo e de organismos públicos nacionais e internacionais, a lógica do mercado não mudou (ARAGÃO; KARKOTLI, 2004, p.15).

Infelizmente para a sociedade e de modo geral o planeta, o conceito e a prática da responsabilidade social estão baseados na grande maioria dos casos, em ações meramente utilitaristas, com o objetivo de promover o nome e melhorar a imagem de uma organização perante a sociedade. Sob este ponto de vista Aragão e Karkotli afirmam que: “A ética não é um produto que esteja à venda em algum lugar e possa ser adquirido pela empresa. Igualmente a responsabilidade social não é um bem ou serviço a ser produzido, tampouco pode ser colocado à disposição do público. É antes um conjunto de valores e princípios que precisam estar internalizados na organização” (2004, p.39).

Em alguns lugares mais do que outros, agir responsavelmente ainda não é vista como uma necessidade social, e por conseqüência a responsabilidade social não é genuína nem eficaz em seu objetivo de promover sustentabilidade e auxiliar no desenvolvimento econômico transgeracional. Um exemplo de visão utilitária da responsabilidade social é a “barganha” das organizações com o Governo, em que

essas utilizam-se de uma lei para reduzir impostos a pagar. Prosseguindo com esse raciocínio, percebe-se que a legislação é somente um, entre tantos outros instrumentos utilizados sob a visão míope da função da responsabilidade social. Para Karkotli (2004), esse entendimento equivocado por parte dos dirigentes de organizações privadas e de outras naturezas, leva a dois tipos de erro: primeiro o pensamento de que simples doações de recursos, de qualquer ordem, não necessariamente financeiros, significam que a organização está agindo responsavelmente. O segundo erro é justamente o uso utilitarista da responsabilidade social. Lipovetsky complementa dizendo que: “[...] a voga dos códigos éticos nada tem de idealista, é profundamente sustentada pela crença de que a ética é essencial ao sucesso comercial e financeiro [...] Se a caridade-espetáculo explora a moral do sentimento, a *business ethics* assenta na moral do interesse bem claro: não é a consagração da ética que caracteriza a nossa época, mas a sua instrumentalização utilitarista no mundo dos negócios. (LIPOVETSKY, 1994, p.282)”.

É, acima de tudo, lamentável a necessidade de haver legislação específica para obrigar as organizações a atuarem responsavelmente. Isso deveria estar intrínseco às ações e operações organizacionais, mas conforme expõe Leão, muitas empresas praticam a “ética dos mínimos”:

As questões associadas à ética e responsabilização social das empresas, num sentido lato e em contexto empresarial, podem ser, e muitas vezes ainda são, consideradas como uma questão de “mínimos”, normalmente de natureza jurídico-legal, que devem ser cumpridos. Mas ficar-se pelos “mínimos” nunca será um modelo de responsabilidade social. A ética dos “mínimos” assume-se muitas vezes como negativa, pois parte do princípio que “não se deve fazer mal a ninguém”, porque o primeiro que se prejudica é quem o faz. À semelhança dos indivíduos, as empresas podem aprender com as suas próprias ações e essa aprendizagem inclui a aquisição de valores e atitudes que são a base da dimensão ética e responsável da conduta humana e também das empresas. (LEÃO, 2003, p.8).

A responsabilidade social tem sido usada pelas organizações e vista pela sociedade como diferencial competitivo e como ferramenta mercadológica para fortalecer a imagem organizacional. Existe claramente uma distorção no fato gerador

do conceito de responsabilidade social, pois o uso publicitário deve ser secundário e subordinado às necessidades percebidas pela sociedade, e não o contrário. Esse problema já vem sendo identificado há tempos, como destaca Weber em relação a existência do uso ou da deturpação da consciência ética: “[...] toda a atividade orientada segundo a ética pode ser subordinada a duas máximas inteiramente diversas e irreduzivelmente opostas. Pode orientar-se segundo a ética da responsabilidade ou segundo a ética da convicção” (WEBER, 1968, pág. 113). O indivíduo tem duas percepções diferentes, que podem variar conforme os interesses envolvidos no entendimento de certo ou errado. Sobre esse tema Weber destaca que para os adeptos da ética da convicção suas ações: “[...] visam apenas àquele fim: estimular perpetuamente a chama da própria convicção” (p.114). Para os simpatizantes da ética da responsabilidade: “[...] o partidário da ética da responsabilidade, ao contrário, contará com as fraquezas comuns do homem [...] e entenderá que não pode lançar a ombros alheios as conseqüências previsíveis da sua própria ação” (p.113-114). A dualização da ética no entender de Weber, mostra com clareza um dos grandes motivos da situação alarmante com relação à degradação da natureza e da precariedade dos valores (e condições) humanos e sociais.

A forma de concorrência estabelecida pelo mercado empresarial leva os administradores das empresas e de outras organizações a tomarem decisões muitas vezes totalmente contrárias às necessidades sociais, mas favoráveis ao mercado: “para alcançar fins «bons», vemo-nos, com freqüência, compelidos a recorrer, por um lado, a meios desonestos ou, pelo menos, perigosos, e compelidos, por outro, a contar com a possibilidade e mesmo a eventualidade de conseqüências desagradáveis” (WEBER, 1968, p.114).

Como ressalta Lipovetsky: “Desgraçada ética que, reduzida a si mesma, se parece mais com uma operação cosmética do que com um instrumento capaz de corrigir os vícios ou os excessos do nosso universo individualista e tecno-científico” (1994, p.22).

É importante analisar as demandas sociais que geram essa percepção de necessidade em se atuar responsável e eticamente, mas, que, no entanto não são suficientes para mudar a postura da maior partes das organizações, que utilizam a responsabilidade social como atrativo comercial. Alguns estudos recentes têm evidenciado que os cidadãos estão dispostos a premiar as empresas socialmente responsáveis. Um estudo da *Envionics Intl*, realizado em 23 países do mundo, intitulado “The Millenium Poll on Corporate Social Responsibility”, revela que:

- A responsabilidade social da empresa é mais importante do que a reputação das suas marcas e do que os aspectos financeiros na imagem que o cidadão tem de uma empresa;
- A maioria dos cidadãos pensa que a pressão pública para que as empresas assumam um novo perfil na sociedade aumentará significativamente nos próximos anos;
- A maioria dos cidadãos pensa que durante os primeiros dez anos do novo milênio as empresas deverão fixar objetivos sociais e ambientais, além dos econômicos;
- Mais de um em cada cinco cidadãos dizem que, como consumidores, premiarão ou castigarão a empresa a partir da sua percepção do seu comportamento social;
- Dois em cada três cidadãos querem empresas que contribuam para objetivos sociais mais amplos e de interesse geral, para além do tradicional conceito de benefício, de pagar impostos, de criar emprego e de cumprir a lei. (ABAD, 2001, p.7)

É necessário verificar se os resultados sociais de ações éticas e responsáveis, quando utilizados como ferramenta de marketing e fator de competitividade, são tão efetivos quanto quando encarados como necessidade real de crescimento sustentável. Aragão e Karkotli (2004) afirmam que mesmo a intenção, muitas vezes não sendo altruísta, aumenta as chances de sobrevivência quando as empresas valorizam questões ambientais e de bem estar social. Ainda assim é vantajoso para todos uma atuação menos selvagem e predatória por parte das empresas.

Para compreender melhor os diversos comportamentos e intenções que são elementos constituintes da forma pela qual as empresas e demais organizações concebem e implementam as ações de responsabilidade social (que podem ou não

considerar as necessidades de cada comunidade), é importante analisar os fatores históricos que desencadearam de maneira gradativa o que atualmente se entende por responsabilidade social.

## 2.3 HISTÓRICO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Seguindo a linha de pensamento que considera a responsabilidade social como percepção espontânea da sociedade e ação voluntária das organizações, e que para a concretização desse ideal, a conscientização por parte da sociedade como um todo é extremamente necessária, é importante conhecer alguns fatos históricos que influenciaram diretamente a garantia da sustentabilidade em determinados contextos que serão expostos a seguir. Fatos esses, que para algumas sociedades serviram como catalisador de um processo de conscientização coletiva, ou, utilizando um termo mais simples, motivos para que essas sociedades despertassem para a necessidade de responsabilidade social como fator garantidor da sustentabilidade.

Num primeiro momento, o fato gerador para a inauguração da idéia de função social da empresa não foi necessariamente por uma questão de percepção e demanda social. Na Alemanha em 1929, a constituição da República de Weimar, devido a forte recessão econômica e desordem social como algumas das conseqüências da derrota na primeira guerra mundial, instituiu a co-responsabilidade da iniciativa privada em assumir uma função social de caráter filantrópico, visando a reconstrução do país e a recomposição da ordem social, econômica e política.

Mais recentemente, ainda na Europa, identificou-se a necessidade de haver mudanças na atuação industrial no sentido de preservar os recursos naturais, devido, entre outros fatores, ao elevado índice de degradação ambiental sofrido pela expansão

da indústria. Segue abaixo cronologia da Responsabilidade Social na Europa de 1982 a 2001 <sup>2</sup>:

Em 1982 é criado a *Business in the Community* (BITC)<sup>3</sup> no Reino Unido, entidade presidida pelo Príncipe de Gales. O Príncipe de Gales dirige, em 1992, um discurso em Davos, para oitocentos líderes empresariais sobre a responsabilidade social das empresas. Põe-se neste ano em marcha uma rede de empresas, *Business for Social Responsibility* <sup>4</sup>, cujo objetivo principal é apoiar as empresas no desempenho da sua responsabilidade social. Em 1995 é assinada a Declaração das empresas contra a exclusão social promovida por Jacques Delors, então presidente da recém constituída *European Business Network for Social Cohesion*, que se define como a rede europeia para a responsabilidade social. Dirigida por membros de 60 empresas multinacionais europeias, o principal objetivo é integrar a responsabilidade social na rotina diária e nos negócios das empresas. A empresa Body Shop publica o seu relatório *Values Report*. É criado o *World Business Council for Sustainable Development* <sup>5</sup>, uma rede de 180 empresas multinacionais que se comprometem a trabalhar para um desenvolvimento mais sustentado.

Kim Howells é nomeado em 1998, na Inglaterra, como Ministro dos Consumidores e da Responsabilidade Social das Empresas (*Minister For Consumer*

---

<sup>2</sup> Dados adaptados de LEÃO (2003).

<sup>3</sup> O Business in the Community é uma organização que pretende gerar benefício público, auxiliando empresas a aumentarem o impacto de seus negócios de maneira positiva na sociedade e contribuindo para o desenvolvimento sustentável. Com 20 anos de experiência, o BITC é composto por mais de 700 grandes empresas da Grã-Bretanha e mantém parcerias com cerca de 100 organizações nessa nação, além de mais de 60 outras no mundo, que compartilham conhecimentos para transformar a política em práticas. Sua biblioteca apresenta questões relativas à Responsabilidade Social, relatos de seminários internacionais, casos de sucesso etc. (IDIS, 2007).

<sup>4</sup> Importante entidade internacional, que objetiva contribuir para que as empresas possam conciliar seu desempenho econômico com o respeito aos valores éticos, aos cidadãos, às comunidades e ao meio ambiente. (COMTEXTO, 2007).

<sup>5</sup> O World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) representa o comprometimento conjunto de 180 empresas multinacionais para o desenvolvimento sustentável através de crescimento econômico, equilíbrio ambiental e progresso social. Seus membros são de mais de 30 diferentes países e 20 setores industriais. (ECO-FINANÇAS, 2007).

*Affairs and Corporate Social Responsibility*). Entre as suas funções está a promoção da responsabilidade social das empresas. É apresentada a norma SA 8000, cujo cumprimento por parte de uma empresa garante a salvaguarda dos direitos básicos dos trabalhadores. Em 1999 Kofi Annan faz um apelo, no Fórum de Davos, para que as empresas estejam atentas e promovam o rosto humano da globalização. A ONU lança uma campanha chamada *Global Compact* <sup>6</sup> para que as grandes empresas multinacionais apoiem o desenvolvimento sustentado.

Na Cimeira Europeia de Lisboa em 2000, os Chefes de Estado e de Governo lançam um apelo para que as empresas assumam as suas responsabilidades sociais. É criado em Lisboa o Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial (GRACE) <sup>7</sup>, rede de empresas que visa divulgar entre o meio empresarial a necessidade da adoção de políticas e de ações de responsabilidade social. Realiza-se a primeira Conferência Europeia sobre a Responsabilidade Social da Empresa, organizada pela CSR Europe (*Corporate Social Responsibility*, antes chamada EBNSC, *European Business Network for Social Cohesion*), na qual se apresenta a campanha de 2005, para o Desenvolvimento Sustentado e o Progresso Humano. Cria-se, na França, o *Forum pour l'Investissement Responsable*, cujo principal objetivo é contribuir para a elaboração de políticas públicas relativas à responsabilidade social e promover as práticas de investimento socialmente responsável. Cria-se, em Portugal, a Rede Portuguesa de Empresas para a Coesão Social – RPECS, e organiza-se o Seminário “Responsabilidade Social da Empresa e Coesão Social”. Em parceria com a EBNSC, o

---

<sup>6</sup> O Global Compact é uma iniciativa desenvolvida pela Organização das Nações Unidas (ONU), com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para a promoção de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, trabalho e meio ambiente. Essa iniciativa conta com a participação das agências das Nações Unidas, empresas, sindicatos, organizações não-governamentais e demais parceiros necessários para a construção de um mercado global mais inclusivo e igualitário. (INSTITUTO ETHOS, 2007).

<sup>7</sup> Formada em Fevereiro de 2000 por um conjunto de empresas, maioritariamente multinacionais, que tinham como denominador comum o interesse em aprofundar o papel do sector empresarial no desenvolvimento social. O GRACE foi a primeira associação portuguesa sem fins lucrativos dedicada à problemática da Responsabilidade Social das Empresas. O seu principal objectivo é fomentar a participação das empresas no contexto social em que se inserem, procurando disseminar práticas de gestão empresarial socialmente responsáveis. (IBM, 2007).

principal objetivo da RPECS era impulsionar, coordenar e divulgar boas práticas de responsabilidade social de empresas portuguesas, visando um intercâmbio e a multiplicação destas práticas entre as empresas portuguesas. O *Trustee Act* 2000, lei do parlamento britânico, obriga as empresas britânicas gestoras de fundos de pensões a explicar as suas políticas relacionadas com investimentos de responsabilidade social. No ano de 2001 é publicado o Livro Verde “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas”, o qual destina-se a lançar uma discussão ampla sobre a maneira como a União Europeia promoverá a responsabilidade social das empresas tanto no âmbito europeu quanto internacional, “sobre a melhor forma de explorar as experiências existentes, fomentar o desenvolvimento de práticas inovadoras, melhorar a transparência e reforçar a confiabilidade da avaliação e da validação das diversas iniciativas promovidas na Europa”. (EUROPEAN COMMISSION, 2007). Resolução de 3 de Dezembro de 2001, na qual o Conselho Europeu desenhou uma lógica de âmbito europeu. Mais concretamente, invocou a necessidade de abordar a RSE em termos europeus, para que o conceito seja desenvolvido e para que as medidas existentes aos níveis local e nacional possam ser complementadas e beneficiadoras de mais-valia. *Follow-up* do Livro Verde: a comissão recebeu mais de 250 respostas ao Livro Verde.

A questão da responsabilidade social nos Estados Unidos denota características diferentes das identificadas no caso europeu. A questão económico-financeira parece ter uma força maior na condução dos assuntos inerentes à função e participação das empresas junto à sociedade. A garantia da maximização dos lucros é tida pelos empresários americanos como mais importante do que os aspectos sociais, ou seja, pode-se identificar interesses económicos em ações de responsabilidade arquitetadas pelas empresas para benefício da sociedade. No quadro abaixo sintetizam-se alguns marcos históricos na evolução da responsabilidade social nos Estados Unidos.

QUADRO 03 – EVOLUÇÃO HISTÓRICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS EUA

<b>Ano</b>	<b>Responsável</b>	<b>Observações</b>
1899	Andrew Carnigie, fundador do Conglomerado U.S. Steel Corporation	Estabelecia dois princípios às grandes empresas. O primeiro princípio era o da caridade, exigia que os membros mais afortunados da sociedade ajudassem os grupos de excluídos e o segundo era o da custódia, em que as empresas deveriam cuidar e multiplicar a riqueza da sociedade.
1919	Henry Ford	Contraria um grupo de acionistas ao reverter parte dos lucros na capacidade produtiva, aumento de salários e constituição de fundo de reserva. A justiça americana posicionou-se contrária à atitude de Ford, alegando que os lucros deveriam favorecer aos acionistas.
1953	Justiça Americana	Julga um caso semelhante ao de Ford, mas neste caso a decisão foi favorável à doação de recursos para a Universidade de Princeton, contrariando interesses de um grupo de acionistas e estabelecendo uma brecha para o exercício da filantropia corporativa.
Década de 60	Conflito Vietnã	A sociedade se manifesta contra a produção e uso de armamentos bélicos, principalmente armas químicas. As organizações não podiam mais vender o que desejassem.
Década de 70	Novo contexto econômico	Os aumentos nos custos de energia e a necessidade de maiores investimentos para reduzir poluições e proteção de consumidores fazem as empresas buscarem ações para maximizar os lucros, deixando de lado as responsabilidades sociais.

FONTE: Elaborado a partir de Karkotli, 2001 (p. 59).

Nos Estados Unidos, o caos social e a crise de confiança provocada pelas fraudes contábeis, financeiras e administrativas com o intuito de maximizar o valor das ações das empresas na bolsa de valores, além de gerar promoções e bonificações para seus dirigentes, também se apresentou como um fator de sobrevivência, pois envolve a necessidade de restabelecer a confiança dos investidores nas empresas americanas.

Nesse sentido, em 1982 é fundada nos EUA a Business for Social Responsibility, uma rede global para apoio às empresas que querem obter sucesso comercial respeitando valores éticos, pessoas, comunidades e ambiente. Em 1999 lança-se o *Dow Jones Sustainability Group Index*, índice das 200 principais empresas cotadas nos mercados internacionais e publicamente comprometidas com programas de responsabilidade social (são de 68 setores e de 22 países). Para complementar esse pensamento Lipovetsky critica a “ética dos negócios” nos Estados Unidos:

Não se pode separar o estado de graça de que a moral dos negócios beneficia nos Estados Unidos, da má imagem da empresa e dos diversos escândalos financeiros que escandalizaram os anos oitenta. [...] A voga da ética dos negócios veio em resposta ao estado de desconfiança provocado pelas práticas dos *golden boys*, pelo enriquecimento arbitrário dos acionistas, pelas manipulações financeiras e crimes de iniciados, pelos desmantelamentos de empresas e pelas cessões de departamentos motivadas pelo desejo de lucro a curto prazo. [...] O que tornou necessária a *business ethics* não foi apenas a desconfiança em relação as grandes firmas e a degradação da imagem dos negócios entre a opinião pública, mas também a nova consciência das contradições do individualismo do *self-interest*, dos impasses da maximização do lucro, dos abusos da lógica de Wall Street. (1994, p.288, 289 e 293).

Muito tem se falado em ética e responsabilidade social corporativa no Brasil. Apesar de todos os escândalos financeiros, políticos e sociais, e abusos já registrados contra o ecossistema, aparentemente não foram suficientes para provocar reflexões e críticas sociais e percepção da real necessidade de atuação responsável. Alguns autores brasileiros apontam esse valor como necessidade e fator de sobrevivência para as empresas. Apesar da sociedade brasileira não expor em comportamentos e atos o descontentamento com o cenário descrito, não havendo uma cobrança consciente da população para com as atitudes tanto da iniciativa privada, como do poder público, algumas discussões acerca do assunto tomaram corpo ao longo do tempo. Para compreender a concepção brasileira para o tema é necessário expor rapidamente a evolução histórica da responsabilidade social no Brasil.

No Brasil, de acordo com dados sintetizados com base no Instituto Ethos, a responsabilidade social começa a ser discutida ainda nos anos 60 com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). Um dos princípios desta associação baseia-se na aceitação por seus membros de que a empresa, além de produzir bens e serviços, possui a função social que se realiza em nome dos trabalhadores e do bem-estar da comunidade. Embora a idéia já motivasse discussões, apenas em 1977 mereceu destaque a ponto de ser tema central do 2º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresas. Em 1984, ocorre a publicação do primeiro balanço social de empresa brasileira (Nitrofértil).

No Brasil, o início da discussão sobre a Responsabilidade Social nas empresas data dos anos 60, a partir da criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) e do surgimento da lei 76.900/75, que obrigou as empresas a fornecer informações individuais sobre seus empregados. A crise do modelo econômico baseado no Estado, mais recentemente, fez com que os aspectos sociais, anteriormente relegados a um segundo plano, assumissem uma importância maior no modo como as empresas passaram a atuar e a serem avaliadas. Desta forma, surgem os chamados *relatórios sociais*, como forma de divulgar as ações sociais da organização e construir uma imagem positiva perante a sociedade. (DAMKE; SOUZA, 2004, p.6).

No Brasil, o movimento de valorização da responsabilidade social empresarial ganhou forte impulso na década de 90, por meio da ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas com a questão. O trabalho do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) na promoção do balanço social é uma de suas expressões e tem logrado progressiva repercussão. Muitas vezes a história do IBASE se confunde com a trajetória pessoal do sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, um de seus fundadores e principal articulador.

Em 1992, o BANESPA publica um relatório completo divulgando todas as suas ações sociais; e a partir de 1993, várias empresas de diferentes setores passam a divulgar o balanço social anualmente. Ainda no ano de 1993, Herbert de Souza e o IBASE lançam a Campanha Nacional da Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e

pela Vida com o apoio do Pensamento Nacional das Bases Empresarias (PNBE). Este é o marco da aproximação dos empresários com as ações sociais.

No ano de 1995, é criado o GIFE, a primeira entidade que genuinamente se preocupou com o tema da filantropia, cidadania e responsabilidade empresarial, adotando, por assim dizer, o termo cidadania empresarial às atividades que as corporações realizassem com vista à melhoria e transformação da sociedade.

Em 1996 é fundado o IPD, inicialmente como Instituto Paraná Desenvolvimento, posteriormente alterado para Instituto de Promoção do Desenvolvimento, ampliando a sua atuação para uma abrangência nacional, que até então era de âmbito local. O objetivo principal do IPD é Identificar e desenvolver iniciativas inovadoras que possam contribuir para um modelo de desenvolvimento sustentável, baseado no crescimento do indivíduo.

Em 1997, Betinho lança uma campanha nacional a favor da divulgação do balanço social e com o apoio de lideranças empresariais, da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), do jornal Gazeta Mercantil, de empresas (Banco do Brasil, Usiminas, entre outras); e de suas instituições representativas (Firjan, Abrasca, Abamec, Febraban, etc.); a campanha decolou e suscitou uma série de debates através da mídia e em seminários, encontros e simpósios. Em novembro de 1997, novamente em parceria com a Gazeta Mercantil, o IBASE lança o Selo do Balanço Social para estimular a participação das companhias. O selo, num primeiro momento, é oferecido a todas as empresas que divulgarem o balanço social no modelo proposto pelo IBASE.

No ano de 1998, Oded Grajew fundou o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. O Instituto serve como ponte entre os empresários e as causas sociais. Seu objetivo é disseminar a prática social por meio de publicações, experiências vivenciadas, programas e eventos para seus associados e para os interessados em geral, contribuindo para um desenvolvimento social, econômico e

ambientalmente sustentável e incentivando a formação de uma nova cultura empresarial baseada na ética, princípios e valores.

Pela incapacidade do Estado em cumprir sua função social como conseqüência da penetração da ideologia neoliberal, o setor privado brasileiro passou a investir nas questões sociais por meio de investimentos no terceiro setor. A Associação de Dirigentes de Vendas e marketing do Brasil (ADVB), preocupada em ressaltar as ações de responsabilidade social das empresas, criou um instituto de responsabilidade social e em 1999 estabeleceu a premiação Top Social. O prêmio “visa reconhecer organizações que tenham demonstrado visão quanto à importância do desenvolvimento social como fator fundamental de crescimento, de uma sociedade que deixa de buscar somente o lucro e também desempenha o papel de agente social”. (ADVB, 2007).

Em 1999, a adesão ao movimento social se refletiu com 68 empresas publicando seu balanço social no Brasil. Entre os anos de 1999 e 2001, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) realizou a Pesquisa Ação Social das Empresas nas cinco regiões do Brasil, visando conhecer as ações sociais do setor empresarial nacional.

A Associação Comercial do Paraná (ACP) criou em fevereiro de 2000 o Conselho de Ação Social Empresarial da ACP (Casem), cujo objetivo principal era o de sensibilizar o empresariado paranaense no desenvolvimento de projetos sociais. “O Casem instituiu o ‘Selo CASEM/ACP da Empresa Socialmente Responsável’ que identifica produtos e serviços de empresas que investem em projetos sociais, culturais e de meio ambiente”. (ACP, 2007). Ainda em 2000, para fortalecer o movimento pela responsabilidade social no Brasil, o Instituto Ethos concebeu os Indicadores Ethos como um sistema de avaliação do estágio em que se encontram as práticas de responsabilidade social nas empresas. Além disso, o Ethos promove, anualmente, a realização da Conferência Nacional de Empresas e Responsabilidade Social no mês de junho em São Paulo. A primeira, realizada em 2000, foi prestigiada por mais de 400 pessoas. Na Conferência de 2001, estiveram presentes 628 pessoas, representando

empresas; ONGs, instituições governamentais, centros de pesquisas e universidades. A Conferência Nacional de 2002 teve como tema central a Gestão e o Impacto Social e teve como foco da discussão como a gestão socialmente responsável é incorporada nas diversas áreas e atividades das empresas e quais os impactos dessas ações na sociedade.

A Editora Referência, juntamente com a Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP) e *Madia Marketing School*, criaram em 2002 o Prêmio Marketing Best Responsabilidade Social. O objetivo principal é destacar as organizações que ajudam a solucionar os problemas e as carências do país, por meio de ações de responsabilidade social. “O prêmio, que foi criado em 2002, visa estimular, reconhecer, premiar e difundir os exemplos de ações empresariais socialmente responsáveis”. (MARKETING BEST, 2007). Em 1º de fevereiro de 2002, foi criado o BAWB - *Business as an Agent of World Benefit* - oficialmente sob a forma de um estudo piloto organizado pelo corpo docente da *Weatherhead School of Management*, da *Case Western Reserve University*, de Cleveland - Ohio (EUA). “O movimento BAWB tem por objetivo disseminar iniciativas e ações desenvolvidas por empresas lucrativas que promovem o desenvolvimento sustentável no âmbito regional, nacional e global e que trazem benefícios para a sociedade”. (BAWB, 2007). Esse estudo alcançou o Brasil e promoveu reuniões e reflexões acerca da responsabilidade social e desenvolvimento sustentável em algumas capitais brasileiras como Curitiba, Fortaleza e Vitória.

Nota-se que existem no Brasil organizações, ainda que em número pouco expressivo, realmente interessadas em promover a responsabilidade social como forma de garantir sustentabilidade e o conseqüente equilíbrio sócio-ambiental. Isso não significa que a responsabilidade social em seu objetivo mais genuíno seja uma realidade, pois a maior parte das empresas utilizam-na como ferramenta visando benefícios financeiros à curto prazo.

É importante ressaltar que os fatores que geram as demandas sociais por responsabilidade, como: corrupção, degradação ambiental e exclusão social, entre outras, são globais e existem em todos os cenários analisados com suas respectivas características. O que diferencia “desenvolvidos” de “subdesenvolvidos” e “em desenvolvimento”, é a percepção social dos cidadãos e a reação com relação aos problemas de ordem sócio-ambientais.

Na Europa a percepção social pela necessidade de ações responsáveis se deu, entre outros fatores, pelo elevado índice de degradação ambiental sofrida pela expansão da indústria. Exemplo: a revitalização do Rio Reno. Nos Estados Unidos a crise de confiança provocada pelas fraudes contábeis foi o fato gerador para um engajamento da sociedade em relação ao tema. Finalmente no Brasil, apesar de os mesmos problemas existirem, logicamente que com suas peculiaridades, não houve ainda a percepção social atentando para esses fatores, ou seja, apesar de algumas poucas ações isoladas, é de fundamental importância a participação de todos na busca da exigência social por ações genuinamente responsáveis.

Diante dessa prática utilitarista e antagônica aos conceitos expostos de responsabilidade social e sustentabilidade, a busca pela formação do cidadão reflexivo e consciente deve ser objetivo fundamental no processo educativo, em que as IES se destacam como formadoras dos profissionais que perpetuarão ou transformarão a prática desses conceitos.

### **3. A RESPONSABILIDADE SOCIAL E A FORMAÇÃO DO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

O tema “responsabilidade social” no Brasil mostra-se ainda numa fase bastante inicial de amadurecimento em relação às discussões postas à sociedade. Não é perceptível uma consciência social quanto ao tema, no sentido de, primeiramente os próprios cidadãos perceberem-se parte atuante de um todo, e que atos individuais, de alguma forma contribuem (positiva ou negativamente) para as constantes mutações do ambiente social. Não existe cobrança da sociedade para com as organizações, tanto privadas quanto públicas, exigindo ações éticas e responsáveis, e finalmente, da parte das organizações percebe-se que um percentual muito pequeno tem consciência da importância da participação organizacional na atuação junto à sociedade e suas demandas. É gritante a aplicação do termo em propagandas, em que é bastante claro o objetivo especificamente comercial que é dado à responsabilidade social.

Essa imaturidade deve-se, entre outros fatores, a uma educação que da mesma forma que os elementos citados acima, não parece estar impregnada dos princípios de responsabilidade social, não tendo, portanto, aptidão para formar cidadãos críticos capazes de apreender esse entendimento e aplicá-lo como conduta ética em sua prática social e profissional. A formação mostra-se, de uma forma geral, voltada para outros objetivos que se mostram antagônicos às necessidades sociais, ao equilíbrio social, econômico e ambiental, à sustentabilidade, e a outras tantas necessidades que não estão ligadas a lucratividade e prosperidade das empresas no mundo dos negócios.

Diante desses fatores surge a proposta de discutir e rever a formação do Administrador de Empresas, no sentido de redirecionar a formação profissional e vislumbrar a possibilidade de cultivar futuros profissionais melhor preparados no que tange às questões que não lhes parecem estarem vinculadas aos negócios. Para

entender como a formação do profissional em administração de empresas se configurou em uma forma predominantemente mercadológica em detrimento aos aspectos sociais, é importante também averiguar a formação dos professores. É necessário que esses tenham uma visão geral dos aspectos a serem desenvolvidos durante a formação dos alunos, para que haja a abordagem necessária e equilibrada entre os aspectos técnicos e mercadológicos, bem como da conduta ética do profissional e a sua relação com a sociedade e o meio.

Parece que assim como seus alunos, os professores também não entram em sala de aula preparados para abordar os temas sociais e ambientais, que urgem serem compreendidos como parte ativa na vida das empresas e que não são obstáculos ao desempenho das mesmas. Diferentemente disso, podem ser grandes aliados se considerados com a importância e o respeito necessário nas ações empresariais em sua comunidade. A dinâmica dos elementos necessários na formação de professores e alunos parece estar invertida. O mercado determina e define qual é o perfil profissional para o mercado, quais as prioridades a serem consideradas, qual o comportamento necessário para estar apto a competir pelos postos de trabalho disponíveis, em suma, o mercado determina como deve ser o profissional que será formado pelas Instituições de Ensino Superior. Enquanto for o mercado a dar as cartas, os interesses a serem atendidos serão somente os do mercado, e esse não tem se mostrado interessado em agir e expandir em conjunto com a sociedade e a todos os elementos que a compõem. Exigi-se da sociedade uma postura de luta por melhores condições, e um caminho para equilibrar a balança dos interesses do mercado com os interesses da sociedade, é a formação de profissionais conscientes dessa realidade e que possam conjugar os interesses sociais com os interesses do mercado.

Para adequar as diferenças e garantir melhores condições sociais, existem vários instrumentos originários das políticas públicas educacionais, dispostos às Instituições de Ensino Superior que podem, se bem trabalhados, iniciar um processo

de mudança e possibilitar uma formação mais crítica e consciente do profissional que determinará a forma de agir e pensar das empresas, conseqüentemente, transformações éticas para o mercado. Alguns desses instrumentos como o Projeto Político Pedagógico, por exemplo, são construídos dentro da própria Universidade, que tem a responsabilidade de, desde a criação de seus objetivos até o encaminhamento do profissional para o mercado de trabalho, fomentar a ética e a responsabilidade social em todas as suas atribuições.

### 3.1 O PROJETO POLÍTICO PEDAGÓGICO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL

Defende-se a idéia de que um projeto político pedagógico, se empregado com seriedade e integridade, não bastando a simples execução, mas principalmente a construção consciente e responsável do mesmo, provavelmente se tornará protagonista para a superação do desafio da obtenção de uma educação crítica e emancipatória. Para o entendimento desses conceitos, é fundamental situar-se na concepção de projeto pedagógico e currículo proposta nesse trabalho. Para uma maior compreensão de projeto político pedagógico tem-se como aporte teórico o pensamento de Ilma Passos:

O projeto político-pedagógico é entendido, neste estudo, como a própria organização do trabalho pedagógico da escola. A construção do projeto político-pedagógico parte dos princípios de igualdade, qualidade, liberdade, gestão democrática e valorização do magistério. A escola é concebida como espaço social marcado pela manifestação de práticas contraditórias, que apontam para a luta e/ou acomodação de todos envolvidos na organização do trabalho pedagógico. (VEIGA, 1995, p.22).

Já o currículo, aqui percebido numa dimensão muito maior do que a visão minimalista de grade curricular, extrapola a simples justaposição de disciplinas para tornar-se elemento social, cultural e político, norteador dos rumos da educação voltada para o combate às desigualdades sociais e o desequilíbrio em todas as suas faces. Novamente Ilma Passos oferece subsídios para essa compreensão quando expõe:

Currículo é uma construção social do conhecimento, pressupondo a sistematização dos meios para que essa construção se efetive; a transmissão dos conhecimentos historicamente produzidos e as formas de assimilá-los, portanto, transmissão e assimilação são processos que compõem uma metodologia de construção coletiva do conhecimento escolar, ou seja, o currículo propriamente dito. Neste sentido, o currículo refere-se à organização do conhecimento escolar. (VEIGA, 1995, p.26).

Em consonância com o pensamento de Ilma Passos, tem-se também Santomé que contribui para o entendimento e conceituação de currículo:

Assim, o currículo pode ser descrito como um projeto educacional planejado e desenvolvido a partir de uma seleção da cultura e das experiências das quais deseja-se que as novas gerações participem, a fim de socializá-las e capacitá-las para ser cidadãos solidários, responsáveis e democráticos. (SANTOMÉ, 1998, p.95).

A responsabilidade social da escola inicia-se na construção de seu Projeto Político Pedagógico (PPP). Conceber um PPP envolve um “pensar responsável” não só no espaço interno da escola, mas em todo o macro-contexto em que a escola está inserida. Pensar em sociedade, formação de cidadãos, fomento à cidadania, são resultados que podem ser alcançados, ou conseqüências de um processo educativo fundado em um PPP socialmente responsável.

Percebe-se então que o PPP não influenciará somente internamente, mas causará efeitos externos à estrutura física da escola. A responsabilidade social neste sentido pode ser considerada um primeiro passo para uma formação de cidadãos responsáveis, é um elemento fundamental na construção do PPP, ou seja, não se pode pensar em responsabilidade social como simplesmente uma disciplina na grade curricular de um curso, se essa não estiver impregnada na ideologia da instituição transmitida pelo PPP.

O projeto busca um rumo, uma direção. É uma aceitação intencional, com um sentido explícito, com um compromisso definido coletivamente. Por isso, todo o projeto pedagógico da escola é, também, um projeto político por estar intimamente articulado ao compromisso sóciopolítico com os interesses reais e coletivos da população majoritária. É político no sentido de compromisso com a formação do cidadão para um tipo de sociedade. [...] Na dimensão pedagógica reside a possibilidade da efetivação da intencionalidade da escola, que é a formação do cidadão participativo,

responsável, compromissado, crítico e criativo. Pedagógico, no sentido de definir as ações educativas e as características necessárias às escolas de cumprirem seus propósitos e sua intencionalidade. (VEIGA, 1995, p.13).

Ambos, PPP e responsabilidade social, não podem ser encarados como meras necessidades burocráticas para cumprimento de leis e normas, tão pouco como troféus à serem exibidos para a sociedade, percebida como cliente ou consumidora de um produto que precisa ter uma boa propaganda. A responsabilidade social impregnada na ideologia institucional deve ser vivida e posta em prática em todas as ações tomadas pela instituição.

O projeto não é algo que é construído e em seguida arquivado ou encaminhado às autoridades educacionais como prova do cumprimento de tarefas burocráticas. Ele é construído e vivenciado em todos os momentos, por todos os envolvidos com o processo educativo da escola. (VEIGA, 1995, p.13).

Esses fatores tornam o PPP e a responsabilidade social diretamente relacionados, já que não é possível a construção de um PPP socialmente relevante sem a aplicação dos princípios de responsabilidade social. É importante perceber que em todas as suas ações, a instituição deve estar consciente de sua responsabilidade, sabendo que influencia diretamente a sociedade por meio da formação dos educandos que nela atuarão posteriormente. Tem em suas mãos o poder de formar cidadãos com capacidade de exercer sua cidadania plena, ou apenas indivíduos acrícos sem poder de compreender e lutar por seus direitos.

### 3.2 O CURRÍCULO, O CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS E SUA PERTINÊNCIA SOCIAL

Quando são levantadas questões sobre o papel do currículo na escola, muito se fala em imperialismo de países do primeiro mundo sobre países emergentes ou do terceiro mundo. Não somente no âmbito econômico, mas também cultural. Dessa maneira, o currículo e a própria escola podem ser usados como uma forma de

exercer controle social. Desse modo não atuam como agentes redutores de desequilíbrios sociais e não possibilitam mobilidade social<sup>8</sup>. As camadas dominantes, tanto nacionais quanto internacionais, promovem a manutenção da configuração social existente, padronizam e ditam o comportamento desejado pelos formadores das políticas públicas, enfim, organizam e moldam a sociedade conforme seus interesses políticos e econômicos.

Já se torna visível uma concordância básica com as teorias da reprodução: a escola, mais que contribuindo para a redução de injustiças sociais, é vista como participando na reprodução das desigualdades e privilégios. Segundo Carnoy, as escolas agem como instrumentos de controle social, ajudando a “manter a ordem social” (1974, p.8), e como instrumentos de inculcação ideológica, convencendo as crianças de que o “o sistema é basicamente justo e que os papéis nos quais elas serão alocadas lhes são adequados” (*ibid.*, p.13). (MOREIRA, 2006, p.19).

Não se pode afirmar que os pensamentos e a ideologia dos países dominantes, principalmente a norte-americana, não tenham sido transformados e “abrasileirados”, mas certamente não se tem uma ideologia genuinamente nacional no que tange ao contexto socioeconômico brasileiro, portanto, não contempla as necessidades sociais brasileiras. Parece que a educação brasileira tem como característica histórica atender à interesses, na maioria das vezes econômicos, em detrimento ao atendimento das necessidades sociais. Desse modo, a formação de cidadãos críticos e reflexivos torna-se cada vez mais difícil.

Poucas vezes ao longo da história foi tão urgente a aposta em uma educação verdadeiramente comprometida com valores de democracia, solidariedade e crítica, se quisermos ajudar cidadãos e cidadãs a enfrentar essas políticas de flexibilidade, descentralização e autonomia propugnadas nas esferas trabalhistas. É preciso formar pessoas com capacidade de crítica e solidariedade, se não quisermos deixá-las ainda mais indefesas. (SANTOMÉ, 1998, p.23).

Diante do exposto, questiona-se as conseqüências da educação e o currículo atual para construção de uma sociedade autônoma. Forma-se cidadãos críticos? Ou

---

<sup>8</sup> Possibilidade do indivíduo melhorar sua condição social.

o currículo permite e direciona a escola apenas à (con)formação passiva de aceitação da realidade?

Para Freire (1969) educação visa a conscientizar os oprimidos, capacitando-os a refletir criticamente sobre o seu destino, suas responsabilidades e seu papel no processo de vencer o atraso do país, a miséria e as injustiças sociais. Para isso, novos currículos se fazem necessários, já que o currículo tradicional, abstrato, teórico e desligado da vida real, não pode jamais desenvolver a consciência crítica do educando. (MOREIRA, 2006, p.129).

O princípio de transferência educacional enquanto forma de influência estrangeira na construção de currículos no Brasil pode ser percebido na maioria dos cursos de administração de empresas, em que é possível observar que não se forma um profissional preparado para o contexto brasileiro. O perfil da formação dos novos administradores inclina-se para o “mega-empresário”, para atuar em multinacionais de grande porte com recursos discrepantes com a realidade brasileira e inseridas em um mercado incompatível com o mercado brasileiro. Grande parte das técnicas e das teorias da administração, da maneira como foram concebidas originalmente, são incompatíveis e conseqüentemente negativas para a sociedade brasileira. São utilizadas novas e sofisticadas técnicas de gestão, corte e redução de pessoal como, por exemplo, *downsizing*<sup>9</sup>, *benchmarking*<sup>10</sup>, reengenharia, entre outras. Essas técnicas descontextualizadas na formação do administrador brasileiro são totalmente contrárias às necessidades de maior geração de emprego, para exemplificar apenas um dos diversos temas que estão em pauta nas discussões sociais brasileiras, diferentemente da realidade norte americana, em que a taxa de desemprego não é tão elevada quanto no Brasil.

Entre 2003 e 2004 a taxa de desemprego<sup>11</sup> norte americana variou entre 5% e 6% aproximadamente, enquanto, no mesmo período no Brasil, o índice de desemprego

---

<sup>9</sup> Downsizing (um termo importado da informática), aplicado à gestão significa a redução radical do tamanho da empresa, geralmente através do *delaying* (redução dos níveis hierárquicos) ou da venda de negócios não estratégicos.

<sup>10</sup> O *benchmarking* é um processo sistemático e contínuo de medida e comparação das práticas de uma organização com as das líderes mundiais, no sentido de obter informações que possam ajudar a melhorar o seu nível de desempenho.

<sup>11</sup> Dados extraídos do relatório de inflação do Banco Central do Brasil (2005).

variou entre 9% e 13%. Na região do euro esses números variaram entre 8,5% e 9%, e no Japão a taxa de desemprego esteve entre 4% e 5% aproximadamente. Esses dados demonstram, que cada país ou região possui características próprias que devem ser consideradas na estrutura curricular, tendo em vista a formação profissional. Maior preocupação do que a descontextualização da formação do administrador de empresas brasileiro é o fato de que o aluno é avaliado por ter mais domínio dessas técnicas, o que tende a acarretar o aumento da aplicação prática das mesmas pelos egressos do curso de administração de empresas.

Incoerentes com o discurso sobre a necessidade de constante adaptação às mudanças, alguns cursos de Administração de Empresas parecem não perceber as alterações sociais que envolvem temas como o ambiente, a energia, o racismo, os direitos humanos, a alimentação, enfim, temas que modificam o cenário social e exigem adequação de conteúdo e forma, buscando a pertinência na produção de seus conhecimentos para a realidade brasileira, e a desvinculação com a atual semelhança ao modelo norte americano.

Mais do que analisar modelos, teorias e outros aspectos teórico-científicos é necessário se fazer uma primeira análise da pertinência do currículo para a realidade social. Questões que abordam temas como os de transferência educacional e outros fatores influenciadores na construção das políticas educacionais e do currículo, não podem ser analisadas de forma radical. Os modelos teóricos vindos de fora do Brasil não podem ser encarados como algo necessariamente negativos ou como simples ferramenta de controle social. Existem aspectos positivos como o fato de serem teorias construídas em países que estudam o tema há mais tempo, portanto, com um embasamento teórico mais sólido em alguns aspectos. O mais relevante a ser analisado não é a teoria em si, mas a forma como são recebidas essas teorias. Deve existir o olhar crítico por parte dos especialistas, no sentido de filtrar e adaptar os modelos estrangeiros para a realidade brasileira. Não se deve posicionar em nenhum

extremo: o de se aceitar tudo passivamente (adesão ingênua)<sup>12</sup>, nem o de rejeitar tudo cegamente (rejeição ingênua)<sup>13</sup>, pois nenhum dos extremos é benéfico para a educação.

Embora o campo do currículo no Brasil esteja lutando por uma identidade própria, não nos parece conveniente (nem possível) ignorarmos as experiências de outras nações. Não é essa a melhor forma de atingirmos autonomia cultural. Precisamos, sim, aprender a receber influências internacionais em termos aceitáveis (cf. Cowen, 1988). Conforme acentuou Davis (1973), contribuir para o desenvolvimento de uma cultura nacional não implica resistir à produção avançada dos países metropolitanos; implica, sim, adaptar o quadro ideológico no qual essa produção foi colocada. Julgamos, portanto, que especialistas em currículo e em educação comparada precisam discutir as melhores formas de concretizarmos o que chamamos de adaptação crítica (MOREIRA, 2006, p.211).

Mostra-se necessário que os profissionais que estão engajados no campo do currículo não se atenham somente às teorias, problemas internos, organizacionais e operacionais que não abrangem a totalidade das questões relacionadas ao currículo, bem como do PPP. Deve-se alargar horizontes e perceber fatores extra-operacionais que dificultam alcançar o consenso na construção do currículo. O fator político-econômico aparece novamente como um dos principais influenciadores e impossibilitador da construção de um currículo que priorize os interesses sociais ante os interesses de mercado. Os educadores, e em geral todos os envolvidos com a educação precisam buscar conjugar os interesses econômicos aos sociais para que o progresso econômico possa ser acessível também às classes sociais menos favorecidas. Essa aspiração envolve diretamente as políticas públicas, especificamente as educacionais. Tem-se que elevar as discussões ao nível macro, ou seja, o que se passa no ambiente externo à escola, em que parece que atualmente é predominantemente formado por políticos e empresários, contando com

---

<sup>12</sup> [...] se caracteriza fundamentalmente por uma valorização excessiva (e mesmo indevida) de tudo o que se cria nos Estados Unidos e na Europa e uma forte desvalorização do que se faz aqui. (MOREIRA, 2006, p.206).

<sup>13</sup> [...] corresponde a um significativo fechamento à influência estrangeira e a uma supervalorização do que se cria no próprio país. (MOREIRA, 2006, p.209).

uma participação muito pequena de educadores, que deveriam ser participantes ativos na formação das políticas, pois detém um conhecimento maior das necessidades sociais em relação à educação.

Se a escola nutre-se da vivência cotidiana de cada um de seus membros, co-participantes de sua organização do trabalho pedagógico à administração central, seja o Ministério da Educação, a Secretaria de Educação Estadual ou Municipal, não compete a eles definir um modelo pronto e acabado, mas sim estimular inovações e coordenar as ações pedagógicas planejadas e organizadas pela própria escola. (VEIGA, 1995, p.15).

É dever de todo o profissional da educação engajar-se na elaboração das políticas educacionais, considerando que a elaboração das políticas não se restringe somente à “mesa de reuniões”, mas inicia-se na própria sociedade e na manifestação de seus interesses e necessidades. Isso pode ser entendido como uma ação de responsabilidade social do profissional enquanto cidadão. O envolvimento nas discussões que envolvem as questões políticas, a união e mobilização da classe no intuito de se fazer ouvir, a busca pelo aumento da participação dos educadores nas discussões definidoras das políticas públicas, é fundamental para a formação de políticas que considerem as necessidades sociais sob o prisma da educação. É dever moral de todo o indivíduo o exercício da cidadania e a responsabilidade de lutar por melhores condições sociais, garantia de direitos para todos, enfim, redução de qualquer tipo de desigualdade. Objetiva-se elevar o nível de qualidade de vida por meio da emancipação nos níveis econômicos, sociais, políticos e culturais. Educar e conscientizar é um ato de cidadania, é um legado do cidadão para a sociedade.

A concepção de Poulantzas (2000) sobre o Estado como uma resultante de correlação de forças, cabe também na análise dos aspectos que influenciam a construção ideológica sobre currículos no Brasil. O embate entre grupos que buscam defender seus interesses na esfera do Estado tem como consequência as políticas norteadoras das ações a serem executadas nas instâncias do Estado. A educação, sua legislação e regulamentação normativa é fruto desses embates, em que os interesses dos grupos com maior poder de barganha são atendidos.

Estando as relações político-ideológicas desde já presentes na formação das relações de produção, desempenham um papel essencial em sua reprodução e desse modo o processo de produção e de exploração é ao mesmo tempo processo de reprodução das relações de dominação/subordinação política e ideológica. Deste dado fundamental decorre a presença do Estado, específica para cada modo de produção o qual concentra, materializa e encarna as relações político-ideológicas nas relações de produção e sua reprodução. (POULANTZAS, 2000, p.25).

Existe uma tendência em responsabilizar os interesses econômicos por todas as decisões tomadas nas mais diversas instâncias sociais, dentre elas a educação. Assim como o Estado é resultante da correlação das forças entre classes com interesses diversos, a construção curricular parece sofrer um processo similar em que a economia é um dos agentes que irá se correlacionar com outros fatores como cultura local, interesses sociais, políticos e ideológicos nacionais, influências internacionais, entre outras. O importante, porém, é manter as discussões e lutas focadas no contexto brasileiro.

Com relação à contextualização do currículo, conseqüentemente dos cursos de administração especificamente, parece que estão bastante desfocados da realidade e das necessidades sociais brasileiras. Algumas perguntas poderiam ser feitas para tentar se obter com as respostas um entendimento e possíveis encaminhamentos para a questão da pertinência dos currículos para o contexto social atual: Por que pretendo me tornar um administrador de empresas? Para que ou quem servem os conhecimentos adquiridos durante o curso? Como reverter o “saber” adquirido durante o curso em bem social? Quais são os bens que a sociedade onde o profissional vai atuar necessita? Deve o profissional engajar-se nas lutas por melhorias sociais? As respostas para essas questões poderiam auxiliar na identificação quanto à contextualização do currículo, bem como na compreensão de quais as necessidades sociais relacionadas à atuação profissional do egresso.

### 3.3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO PROCESSO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL NAS IES

A concepção de responsabilidade social interiorizada por um indivíduo ou grupo, é reflexo da educação recebida. Assim a educação pode ser um instrumento de dominação ou de emancipação do sujeito. A dominação pode ser identificada nos sujeitos que entendem responsabilidade social como ferramenta mercadológica do sistema capitalista. Já os sujeitos que alcançam a emancipação, vêem essa questão como uma necessidade fundamental para a vida humana, como um direito do cidadão.

E não existem outras soluções realistas a longo prazo que não sejam a formação dos homens, o desenvolvimento e a difusão do saber, o aumento das responsabilidades individuais, a aposta na inteligência científica e técnica, política e empresarial (LIPOVESTSKY, 1994, p.24).

A função social da IES transcende a lógica capitalista de acúmulo de capital e lucratividade. Como formadora dos cidadãos e profissionais que atuarão na sociedade, tem o dever de primar pelos princípios da ética e antes de buscar a obtenção de retorno financeiro, tem a responsabilidade de prover a sociedade com indivíduos preparados para a ação profissional, mas que tenham também a consciência plena de sua função social e da necessidade de participar da construção de uma nação verdadeiramente soberana, iniciando-se pelo seu povo, intelectual e culturalmente autônomo. Quanto a isso Volpi afirma que:

A contribuição da Universidade não deve limitar-se somente a prover a sociedade de recursos humanos adequadamente qualificados para o desenvolvimento sócio-econômico. O acadêmico, ao adquirir conhecimentos necessários para exercer uma atividade específica numa sociedade deve ser capaz de responder às expectativas nele depositadas mediante a concretização de um compromisso não só com ele mesmo, mas com todos os seus semelhantes, com a vida e com a sociedade como um todo. E é na Universidade onde esses fundamentos de estreita relação entre o profissionalismo e o respeito ao ser humano e aos seus direitos deve solidificar-se, na busca da construção de uma sociedade mais justa. (1996, p.17).

Diante desse posicionamento, a IES não pode limitar-se a uma formação imediatista, visando apenas a qualificação do profissional para absorção pelo mercado de trabalho, o que denota uma postura negligente. A formação acadêmica deve contemplar valores e práticas que transcendam a simples instrumentalização técnica, desenvolvendo uma visão ampla da ligação do sujeito e da sociedade com o meio em

que habitam. Se a IES enquanto formadora da “elite intelectual” não se preocupa com as questões de responsabilidade social e sustentabilidade, o caminho para uma transformação do modelo social vigente, torna-se cada vez mais impensável. A busca de soluções para os problemas sociais não pode ser vista como uma opção, mas como uma obrigação da IES. Se uma IES não cumpre sua obrigação, torna-se uma instituição socialmente irresponsável.

A responsabilidade social da universidade deve ser entendida como os deveres que a universidade tem para com o equacionamento dos graves problemas sociais do país e de seus entornos territoriais. Falar da responsabilidade social universitária significa falar dos deveres e das obrigações da universidade. Trata-se de incumbências inerentes a natureza institucional das IES (CALDERÓN, 2005 p.14).

Tão importante quanto considerar as demandas sociais, é perceber os diversos contextos de onde essas demandas emergem. Não se pode formar um “pacote” de ações de responsabilidade social generalizável para todos os contextos. As ações de responsabilidade social devem ser pensadas e estruturadas por meio de projetos que partam do mapeamento da realidade para qual essas ações serão implementadas. Pode-se dizer que existe a necessidade de reconhecer e aceitar as diferenças culturais e suas necessidades. A tendência à massificação e padronização da cultura é uma consequência do modelo de produção capitalista, associada à globalização e ao neoliberalismo. Novamente as IES são chamadas à responsabilidade de participar ativamente na identificação e busca de soluções para as demandas sociais, devendo estar o caráter financeiro-mercadológico em segundo plano.

A responsabilidade social da IES tem de ser assumida por ela, enquanto instituição de ensino, observando e atendendo às demandas sociais, sobretudo àquelas originadas dos grupos sociais menos favorecidos. “A autonomia universitária e a liberdade acadêmica assumem agora uma nova premência, uma vez que só elas podem garantir uma resposta empenhada e criativa aos desafios da responsabilidade social”. A sociedade é uma entidade concreta, portanto, os desafios são conjunturais e não podem ser enfrentados com medidas genéricas e inflexíveis. (SANTOS, 2004, p.91).

Do mesmo modo que a responsabilidade social se relaciona à sustentabilidade em termos conceituais, esses conceitos são também interdependentes quando aplicados às IES e à educação formal.

Quando, portanto, se passa a propor, como faz a UNESCO, que o desenvolvimento sustentável é o objetivo mais decisivo da relação homem-natureza e que todo o processo educativo deveria ser redirecionado para o desenvolvimento sustentável o mínimo que precisamos fazer é perguntar e discutir o que significam o desenvolvimento sustentável e educar para o desenvolvimento sustentável (SAUVÉ, 1997, p.77).

Educar visando formar cidadãos preparados para compreender os princípios e as necessidades que fazem do desenvolvimento sustentável uma questão de sobrevivência, significa fornecer subsídios para que o educando adquira uma postura crítico-reflexiva quanto à sustentabilidade em seus aspectos políticos, sociais, econômicos, culturais, e principalmente ambientais, integrando as esferas individuais e coletivas, objetivando obter e manter as condições de qualidade de vida demandadas nos diversos contextos. Sobre o duplo papel da universidade, Volpi destaca:

Produzir o saber buscando o equilíbrio entre o conteúdo social e a excelência acadêmica especificamente profissional, num explícito comprometimento com a elevação das condições de vida a níveis mais dignos e fraternos, numa significativa interação com o entorno social onde se situa (1996, p.18).

Uma das poucas pesquisas realizadas sobre educação ambiental no Brasil, pela comissão organizadora da I Conferência Nacional de Educação Ambiental, mapeou os problemas e desafios da educação ambiental no ensino formal, chegando às seguintes considerações:

- O modelo de educação vigente nas escolas e universidades responde a posturas derivadas do paradigma positivista e da pedagogia tecnicista que postulam um sistema de ensino fragmentado em disciplinas, o que se constitui um empecilho para a implementação de modelos de educação ambiental integrados e interdisciplinares.
- A falta de material didático para orientar o trabalho de educação ambiental nas escolas, sendo que os materiais disponíveis em geral, estão distantes da realidade em que são utilizados e apresentam caráter apenas informativo e principalmente ecológico, não incluindo os temas sociais,

econômicos e culturais, reforçando as visões reducionistas da questão ambiental.

- A ausência de uma visão integrada que contemple a formação ambiental dos discentes e a inclusão das questões éticas e epistemológicas necessárias para um processo de construção de conhecimento em educação ambiental.
- A ausência de conceitos e práticas da educação ambiental nos diversos níveis e modalidades de ensino reforça as lacunas na fundamentação teórica dos pressupostos que a sustentam. (BRASIL-MMA/MEC, 1997).

A questão da educação ambiental torna-se tão fundamental na discussão quanto à sustentabilidade, uma vez que o paradigma educacional expresso nas concepções e nas práticas de educação ambiental valem igualmente para a sustentabilidade, e refletem um modelo educativo ultrapassado. Os primeiros princípios de responsabilidade, ética e sustentabilidade devem ser formados na base. A importância da educação ambiental reside justamente no fato de que o aprendizado sobre a necessidade de haver equilíbrio entre o homem e o meio, pode ser um primeiro elemento para a formação de cidadãos que percebam desde cedo a responsabilidade social como fundamental para a vida. As tentativas historicamente realizadas para a implementação de uma educação que considere o conceito de sustentabilidade não se mostraram capazes de acompanhar a complexidade das questões sócio-ambientais e não tiveram a eficiência necessária para se transformarem em ações eficazes. Quanto a isso Lima afirma que:

Essas limitações se devem, em grande parte, à inadequação entre o paradigma cartesiano-mecanicista, prevalente na sociedade e ciência ocidentais, e os problemas que hoje atingem a vida social, o ambiente, a economia e a cultura. Segundo essa compreensão, as mudanças necessárias e desejadas exigem um novo paradigma integrador – ou holístico – que a educação ambiental não conseguiu pôr em prática, embora tenha reconhecido essa necessidade retoricamente. (2003, p.11).

Alguns teóricos como Sterling (2001) e Sauvé (1997) argumentam que a educa o ambiental assumiu um ponto de vista fragmentado e tradicional com expressões reducionistas: ao aplicar metodologias disciplinares não participativas e de baixa criatividade, e ao propor respostas comportamentais e tecnológicas para

problemas de maior complexidade; ao não considerar suas dimensões políticas, éticas e culturais; ao confundir o meio ambiente com a natureza; ao tratar como ecológica uma crise de caráter ambiental; ao apresentar a questão sócio-ambiental de forma fragmentada e acrítica.

A prática educacional visando o exercício da responsabilidade social e da sustentabilidade, “[...] implica em ir além de uma sustentabilidade de mercado, reprodutivista, fragmentária e reducionista” (LIMA, 2003, p.17). Nota-se, por meio das campanhas publicitárias das IES que o “ser responsável”, ou se autodenominar uma instituição com responsabilidade social é um atributo apresentado por praticamente todas as IES que concorrem no mercado de ensino superior. Apesar do apelo moral da responsabilidade social, é visível em muitos casos o caráter comercial assumido pelas instituições na captação de novos “clientes”. Dessa forma, continuar-se-á a utilizar a responsabilidade social meramente com uma função mercadológica. Mesmo praticando ações de responsabilidade social, se o conceito não é entendido como um dever da IES em contribuir para a elevação do nível sócio-cultural, a função mercantil continuará sendo mais relevante que a função social que a IES deve ter para com sua comunidade.

Pautar as estratégias de marketing em torno da questão da responsabilidade social é a tendência do momento no mercado de ensino superior. Consta-se que: cada vez mais as IES adotam em suas estratégias de marketing o discurso da responsabilidade social – não sendo reflexo necessariamente de uma prática institucional real; cada vez mais as IES distribuem como cartão de visitas, muitas vezes em impressos sofisticados, seus Balanços Sociais; e utilizam a grande mídia para divulgar suas ações de responsabilidade social. (CALDERÓN, 2005, p.9).

A responsabilidade social e a sustentabilidade devem ser inseridas no processo educativo na perspectiva freiriana de educação problematizadora. Essa visão supõe que o trabalho didático-pedagógico é articulado por meio de questionamentos e situações-problema que emergem do contexto em que o educando está inserido, culminando na construção significativa do conhecimento e na emancipação do sujeito como um cidadão consciente e reflexivo. A aplicação de

termos como “educação para a responsabilidade social”, ou “para a sustentabilidade”, não parece ser adequada ao intento de formar cidadãos capazes de perceber necessidades como responsabilidade social e sustentabilidade, e construir seus próprios conceitos a partir da visão do todo. Os diversos temas sociais, culturais, políticos e ambientais, trabalhados como disciplinas escolares não possibilitam uma visão ampla do contexto e suas transformações. Dessa forma, o sentido rígido e inflexível que o vocábulo “disciplina” denota, terá um efeito anulador da capacidade reflexiva necessária para o entendimento das demandas de um ambiente integrado e em constante mutação.

Jickling, embora crítico de uma “educação para a sustentabilidade”, por seu caráter instrumental, propõe uma outra abordagem onde o tema da sustentabilidade seja apresentado e discutido com os alunos, de uma forma que permita-os: conhecer os argumentos favoráveis e contrários ao discurso, avaliar o conjunto da argumentação e participar deste debate. (LIMA, 2003, p.13).

Uma IES é uma organização complexa e universal, cuja finalidade básica é promover a educação superior em todas as suas dimensões. Ensino, pesquisa e extensão, compatíveis com o desenvolvimento responsável e sustentável da sociedade em que atua.

Adotar o conceito de responsabilidade social universitária significa assumir a maioria, ou seja, assumir a responsabilidade de seus atos institucionais. Significa que as IES não podem mais fugir de suas obrigações. Significa que a universidade não pode mais estar isolada como uma empresa somente preocupada com os lucros, no caso de muitas IES particulares, ou com um grupo de intelectuais preocupados com devaneios teóricos que não levam a lugar nenhum e que somente representam gastos aos cofres públicos, no caso das IES estatais. O ensino tem que ser socialmente responsável. A pesquisa tem que ser socialmente responsável. Não se trata de um compromisso para o futuro. Trata-se de uma obrigação para o hoje e não mais uma promessa para o amanhã. (CALDERÓN, 2005, p.15).

A construção de uma educação que objetive a apropriação do termo responsabilidade social ou sustentabilidade pelo educando, não como um conhecimento pronto, mas como algo que se renove e que seja repensado

constantemente, é uma tarefa complexa, que deve ser capaz de responder a problemas igualmente complexos.

*Complexus* significa o que foi tecido junto; de fato, há complexidade quando elementos diferentes são inseparáveis e constitutivos do todo (...) e há um tecido interdependente e inter-retroativo entre o objeto do conhecimento e seu contexto, as partes e o todo, o todo e as partes, as partes entre si. Por isso a complexidade é a união entre a unidade e a multiplicidade. (MORIN, 2000, p.38).

A complexidade de um sistema de educação superior pode ser constatada através de suas múltiplas funções, bem como pela diversidade das inter-relações com os contextos interno e externo e pelos papéis desempenhados pelos vários agentes que nela atuam. A multiplicidade de objetivos que uma IES deve cumprir é geradora de tensões que atingem todos os membros de uma instituição. Instituições devem ser constituídas pela coerência de um conjunto de interações e relações. Para auxiliar no entendimento do conceito de complexidade das instituições, pode-se utilizar a definição de organização complexa de segundo Bauer (1999), que é composta dos seguintes conceitos:

*sistema*: exprime o todo enquanto fenômeno e enquanto unidade complexa que expressa também o caráter complexo da interdependência entre o todo e as partes; *interação*: corresponde às ações e retroalimentações que ocorrem e que surgem no âmbito de um sistema; *organização*: exprime o caráter constitutivo dessas interações, organização é tudo o que forma, preserva, regula e regenera. Tais conceitos não podem ser tomados isoladamente, pois eles produzem-se uns aos outros em recorrência e interdependência. (p.57).

Diante da percepção de uma organização como um sistema complexo, onde os elementos estão constantemente conflitando e interagindo, o grande desafio lançado às IES, é o de formar cidadãos éticamente comprometidos com a árdua tarefa de lutar pela obtenção de um sistema sócio-ambiental que se mantenha em equilíbrio, focando-se nas demandas atuais da sociedade, e sem perder de vista seus compromissos institucionais.

Esse contexto complexo expressa-se no fato de a responsabilidade social englobar fatores advindos de todas as instâncias da vida em sociedade. Pressupondo a necessidade de “aprender, criar e exercitar novas concepções e práticas de vida, de educação e de convivência – individual, social e ambiental – capazes de substituir os velhos modelos em esgotamento”. (LIMA, 2003, p.14).

## 4. POLÍTICAS EDUCACIONAIS E A RESPONSABILIDADE SOCIAL

### 4.1 DEFININDO POLÍTICAS PÚBLICAS E EDUCACIONAIS

Entende-se por políticas públicas o conjunto de políticas econômicas, sociais e ambientais implementadas pelo governo, em conjunto com a sociedade, visando atender as demandas específicas de grupos sociais. As políticas públicas devem ser universais, portanto, tudo aquilo que o governo implementa deve ser válido para todos. Como deveria ser, por exemplo, o acesso à educação e aos serviços de saúde, habitação, e outros direitos que garantam a democracia e a dignidade do cidadão. As políticas devem surgir da união da sociedade com o governo, para que haja um planejamento para definir estratégias de alocação de recursos, com o objetivo principal de fazer chegar a toda população os direitos gerados pelas políticas.

A formulação das políticas públicas surge da identificação de problemas específicos e as suas causas. O planejamento consiste no estabelecimento de metas, definição de programas para atuação direcionada para problemas específicos, e finalmente a alocação de recursos humanos e financeiros para atingir as metas definidas.

Sabe-se, porém, que a identificação dos problemas, fatos geradores para a elaboração das políticas, é resultado da relação de forças entre grupos de interesses. A pressão de setores da sociedade sobre o governo origina as políticas públicas. Entre esses grupos de interesses podemos destacar, o empresariado, muitas vezes dividido em segmentos de atuação diferentes, e lutando por interesses diversos. Partidos políticos, defensores da classe trabalhista a qual pertencem, e nos últimos anos, nota-se o aumento da participação da sociedade através de movimentos específicos defendendo problemáticas específicas.

Para reforçar esse pensamento Azevedo (2001, p. 62) acredita que é preciso considerar que os grupos que atuam e integram cada setor “[...] vão lutar para que suas demandas sejam atendidas e inscritas na agenda dos governos. E estas lutas serão

mais ou menos vitoriosas, de acordo com o poder e pressão daqueles que dominam o setor em cada momento”.

Percebe-se também uma cooperação maior entre governo e sociedade. Algumas iniciativas de movimentos sociais e ONGS são absorvidas como políticas públicas, bem como, nota-se que o governo solicita mais a participação da sociedade por meio de organismos sociais na divisão das responsabilidades que até pouco tempo eram exclusivas do Estado.

As políticas públicas definem as diretrizes para todos os diversos segmentos da sociedade. Devem ter em seu cerne o objetivo de definir as melhores estratégias, abrangendo todos os aspectos que constituem uma nação, com o fim de que todas as decisões por elas materializadas sejam positivas para o país e sua população. As políticas públicas se desdobram em vários campos de atuação, que compreendem basicamente as áreas “econômica, social, militar e política”. (SAVIANI, 1998, p.121).

As políticas educacionais fazem parte das políticas sociais, juntamente com as políticas para saúde, habitação, previdência social, entre outros. Enquanto viabilizadoras, que irão especificar as ações no âmbito educacional, as políticas educacionais têm por função reger todas as decisões que dizem respeito às instituições de ensino, em todas as suas modalidades. Fornecer acesso, auxiliar na busca da redução de desigualdades por meio da elevação do nível cultural da população em geral, formar cidadãos capazes de decidirem os próprios rumos que querem para as suas sociedades, devem ser objetivos, ou até mesmo, funções das políticas educacionais.

## 4.2 CONTEXTO DEFINIDOR DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Antes de abordar as políticas públicas e a sua relação com a responsabilidade social é necessário entender as dinâmicas entre as políticas e o Estado, o modelo de produção e a problemática do contexto atual.

A relação entre as políticas públicas e a responsabilidade social, está diretamente ligada com as políticas educacionais, que devem ter como objetivos principais possibilitar que todos tenham acesso à educação, e fazer surtir efeitos transformadores para uma sociedade mais crítica e atuante no que diz respeito aos seus direitos.

Pode-se dizer que as políticas públicas são reflexos dos cenários políticos e econômicos de seu tempo. O modelo de produção, a relação entre as classes sociais, as relações de trabalho, as relações de consumo e de forma geral, todos os elementos internos e externos que agem diretamente sobre a condução e definição das políticas. Pode-se dizer que tanto o Estado quanto suas políticas, são resultantes de relações de forças de vários agentes, como classes sociais, relações de produção, ideologias, segmentos da sociedade, como afirma Poulantzas:

O Estado tem uma relação essencial nas relações de produção e na delimitação-reprodução das classes sociais, porque não se limita ao exercício da repressão física organizada. Situar o Estado em sua ligação com as relações de produção é delinear os contornos primeiros de sua presença na luta de classes. O Estado também tem um papel específico na organização das relações ideológicas e da ideologia dominante. (2000, p.26).

A nova configuração político-econômica mundial direciona as políticas educacionais no sentido de atender as demandas características de nossos tempos, interferindo diretamente nos interesses e nas correlações de forças, que irão se materializar nas ações do Estado. As mudanças frenéticas das necessidades do mundo do trabalho, geradas pelas mudanças nas bases tecnológicas, estão alterando a dinâmica de vários elementos e dos agentes definidores de políticas públicas. Novamente reportando-se a Poulantzas tem-se a decorrência da presença do Estado que é “[...] específica para cada modo de produção o qual concentra, materializa e encarna relações político-ideológicas nas relações de produção e sua reprodução” (2000, p.25).

O modelo rígido de produção, aliado à existência de um mercado esgotável de bens de consumo duráveis, um significativo grau de organização dos sindicatos e partidos políticos, um Estado inchado e elevadas taxas de desemprego e inflação, decorrem em uma crise do modelo taylorista / fordista de produção.

A fim de responder à crise do capitalismo e propondo uma alternativa à sua superação, o capital busca a realização de reformas de ordem geral que correspondam a um novo estágio de desenvolvimento do capitalismo mundial. Com o intuito de atingir um maior incremento da produtividade e maior capacidade competitiva, o capitalismo sofre modificações no que diz respeito à constituição de um novo padrão de acumulação, pautado em um modelo flexível de produção, fortemente articulado à globalização da economia e que vem provocando mudanças no globo, alterações estas que possuem componentes contextuais e estruturais que indicam novas formas de relações econômicas, sociais, jurídico-políticas e culturais. (HARVEY, 2000).

A flexibilização das relações de trabalho diminui o tempo e o valor do saber, aumentam a competitividade e a seletividade, e conseqüentemente a desigualdade social. E dentre outros fatores exigem da educação características integradoras entre teoria e prática, entre o conhecer e o aplicar, além da necessidade de desfrAGMENTAR o ensino e adotar um caráter transdisciplinar.

Como resposta às novas exigências de competitividade que marcam o mercado globalizado, exigindo cada vez mais qualidade com menor custo, “[...] a base técnica de produção fordista, vai sendo substituída por um processo de trabalho resultante de um novo paradigma tecnológico apoiado essencialmente na microeletrônica, cuja característica principal é a flexibilidade” (KUENZER, 2005, p.33).

Para o trabalhador o princípio da incerteza pode colocar em xeque as atitudes com relação ao seu comportamento ético. A alta competitividade, a cobrança extrema de produtividade e lucratividade, pode levá-lo a tomar decisões que priorizem a garantia e aumento dos lucros da empresa em detrimento a outros

valores morais que correspondam ao senso ético e às necessidades da sociedade, que por sua vez não parece estar bem preparada para identificar essas ações e cobrar outra postura do indivíduo / empresa. A base para conscientizar e formar uma sociedade crítica que tanto o trabalhador como indivíduo profissional, como enquanto cidadão e participante de uma sociedade devem ter, é fundamental como uma das funções da educação.

As sociedades em rede informacional global, a aclamada globalização, tendem, por meio das tecnologias de informação e comunicação, a se homogeneizarem no consumo de coisas materiais e não-materiais, como, por exemplo, programas de televisão, músicas e tendências sociais, homogeneizando de certa forma também a cultura, que normalmente será passada das nações tidas como mais desenvolvidas, para as menos desenvolvidas.

A globalização não é um fenômeno novo, o que é nova é sua natureza, velocidade e grandeza, a “[...] sua capacidade paradoxal de excluir e fragmentar. Por isso, tal como vem sendo veiculada constitui-se em mais uma poderosa ideologia do que em um conceito que nos ajude a compreender melhor a realidade” (FRIGOTTO, 1999, p.13), é uma poderosa filosofia que sintetiza bem as aspirações dos blocos dominantes. Ainda baseando-se em Frigotto, tem-se:

A revolução contínua da produção, o abalo constante de todas as condições sociais, a eterna agitação e incerteza distinguem a época burguesa de todas as precedentes. Suprimiram-se todas as relações fixas, cristalizadas, com seu cortejo de preconceitos e idéias antigas e veneradas; todas as novas relações se tornam antigas, antes mesmo de se consolidar. A necessidade de um mercado constantemente em expansão impele a burguesia a invadir todo o globo. Necessita estabelecer-se em toda a parte, explorar em toda a parte, criar vínculos em toda a parte. (1999, p.16).

Esse padrão global de comportamento social torna as habilidades necessárias para o trabalho, para a convivência social e aceitação social, também homogeneizadas. Todas essas padronizações alteram a configuração social de uma

nação, o que certamente modifica as políticas públicas, que na maioria das vezes não serão as ideais para grande parte da população.

Nesse cenário, os novos e principais agentes definidores de Políticas Educacionais serão os agentes internacionais e os movimentos sociais. Há pouco tempo as decisões internas eram menos influenciadas por órgãos internacionais como a ONU, UNESCO, BID, FMI e outros. Financiamentos, investimentos internacionais, abertura de mercados, tem como moeda de troca algumas exigências internacionais sobre as decisões internas e a formulação das políticas públicas, inclusive as que se referem à educação. Os movimentos sociais também assumem um papel importante como agentes definidores das políticas públicas a partir dos anos noventa, até então, os agentes predominantes eram as classes sociais pleiteando algo.

Considerando o caso brasileiro, verifica-se que, no período pré-64, sob a vigência da ideologia nacional-desenvolvimentista, a “política social” entra em conflito aberto com a “política econômica” já que o caráter anti-social desta era identificado com a sua marca desnacionalizante, decorrendo daí a dependência e subordinação da nação brasileira aos países capitalistas centrais, em especial aos Estados Unidos. A “política econômica” era, pois, anti-social pois colocava a economia contra a sociedade brasileira subordinando o povo brasileiro à superexploração estrangeira (SAVIANI, 1998, p.123).

Vê-se na realidade brasileira uma grande crise econômica e institucional, em que o governo adota um conjunto de políticas definidas pelo Banco Mundial. Tem-se que, conduzidas pela racionalidade financeira, as políticas educacionais vigentes “repousam não mais reconhecimento da universalidade do direito à educação em todos os níveis, gratuita nos estabelecimentos oficiais, mas no princípio da equidade, cujo significado é o tratamento diferenciado segundo as demandas da economia” (KUENZER, 2005, p.55).

A ideologia neoliberal configura-se como ideologia hegemônica orgânica ao capitalismo de acumulação flexível, tendo como pressuposto que a extensão do papel do Estado é a principal causa dos problemas sociais contemporâneos.

As políticas neoliberais atualmente adotadas objetivam constituir um Estado que seja forte em "[...] sua capacidade de romper o poder dos sindicatos e no controle do dinheiro, mas fraco em todos os gastos sociais e nas intervenções econômicas" (ANDERSON; SADER; GENTILLI, 1995, p.11). Se nas políticas do Estado de Bem-Estar Social, próprio do taylorismo / fordismo havia um pacto social entre o capital e o trabalho, por meio do qual os cidadãos tinham como garantia alguns direitos como educação, saúde, previdência, etc, nas políticas neoliberais pretende-se anular as conquistas sociais, realizando a exclusão desses direitos, que são progressivamente privatizados.

Os organismos internacionais desempenham fundamental papel na difusão de uma nova concepção de Estado orgânica aos interesses neoliberais, com a qual articulam-se específicas concepções de educação e de ensino. As políticas da educação superior, assim como as dos demais níveis de ensino, têm apresentado historicamente íntima relação com os interesses políticos de reprodução do modo de produção capitalista e, conseqüentemente, na manutenção de uma educação que reproduza um determinado modelo de sociedade e acumulação.

Por outro lado, podem, enquanto processo de construção humana, constituir-se como prática que aponte para a emancipação e transformação deste nível de educação. A apreciação crítica quanto às políticas públicas apresenta contribuição imprescindível tanto para a delineação quanto para a resistência na implementação dos fundamentos neoliberais no campo da educação superior.

#### 4.3 RELAÇÃO DAS POLÍTICAS EDUCACIONAIS COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL

A relação das políticas educacionais com a responsabilidade social – na visão social e não mercadológica – é de influência direta e de vital importância para a “responsabilização” da sociedade.

A sustentabilidade, referindo-se não somente à natureza, mas também a sustentabilidade social é o motivo da necessidade de existir a responsabilidade social. Caso o homem habitasse um recinto em que os recursos naturais fossem inesgotáveis, em que todos os homens, mulheres e crianças tivessem os mesmos direitos e usufruíssem deles, em que negros, brancos, índios, amarelos e mestiços fossem simplesmente homens, em que todo homem e mulher tivessem trabalho, não somente para garantir o sustento do corpo, mas como realização pessoal e social, em que todas as crianças pudessem ingressar na escola e de lá não sair até terminar o ciclo inicial de aprendizado, considerando como ciclo inicial toda a etapa escolar até o ensino superior, e lembrando que o aprendizado pode ser exercitado durante toda a vida de um homem. Finalmente, se todos tivessem condições de vida digna garantidas, desejáveis para todo e qualquer ser humano, não seria necessário entender a responsabilidade social como imposição ou lei. Contudo, a realidade não é essa, e muito pior que isso, é o espelho bizarro dessa utópica descrição. As desigualdades sociais, as subcondições de vida de milhões de pessoas, o desrespeito do homem para com a natureza e para com o próprio homem e suas raízes, são questões aceitas por todos os “incluídos” no convívio social. A questão que se levanta é o que está se fazendo para caminhar para uma realidade melhor? Quais as frentes de batalha que estão sendo erguidas para lutar contra esse cenário assustador, que muitas vezes tem como limítrofe um muro de concreto que separa realidades completamente diferentes?

A educação aparece como carro-chefe na busca de possíveis soluções para esses questionamentos. Obviamente não se pode responsabilizá-la pela solução de todos os problemas, outros agentes sociais devem atuar juntamente com a educação para o estabelecimento de uma base social forte no combate às causas geradoras desses desequilíbrios. O que pode sim, ser esperado por parte da educação é a formação sólida de cidadãos politizados, que irão compor outros agentes sociais que atuando em conjunto poderão fazer frente aos interesses predominantes atuais relativos ao neoliberalismo.

“[...] não se pode esquecer que a escola e principalmente a sala de aula são espaços em que se concretizam as definições sobre a política e o planejamento que as sociedades estabelecem para si próprias, como projeto ou modelo educativo que se tenta por em ação. (AZEVEDO, 2001, p. 59).

É nesse sentido que as políticas educacionais, como leme direcionador dos rumos da educação nacional tem a grande responsabilidade de apontar os melhores caminhos para que os desafios postos à educação sejam superados. A política pública é o fato gerador e possibilitador das ações educacionais, por esse motivo, na definição das políticas já devem estar impregnadas as necessidades de fazer da educação guia para a evolução intelectual, cultural, ética, social e política da sociedade, possibilitando a concretização das políticas desejadas pelas sociedades, sem estarem restritas a pequenos grupos detentores do capital e conseqüentemente do poder de decisão. O ciclo de definição e implementação de políticas públicas inicia-se na escola, entendendo que o aluno será o futuro influenciador na criação das políticas, e quanto mais acesso houver, maior será a participação de outros grupos sociais na elaboração das políticas públicas. É afirmativo dizer que as noções de responsabilidade abordadas nesse trabalho iniciam-se na sala de aula, mas certamente não tem resultado imediato, é um projeto para o futuro, para as gerações que hoje devem estar em sala de aula.

À educação superior cabe fornecer condições de o individuo que conseguiu chegar até esse ponto, e que, portanto, teoricamente tem maiores possibilidades de assumir postos de chefia que obriguem-no a tomar decisões importantes, a definir ações que mantenham em foco os aspectos éticos da comunidade em que está inserido. Decisões estas que influenciarão diretamente o seu grupo de trabalho e o meio.

É consenso entre vários autores que a educação atual é dirigida por princípios próprios do capitalismo, e que tem como objetivo primeiro atender às expectativas do mercado de trabalho, uma educação mercantilista. Esse aspecto é mais notório na educação superior, em que o mercado e as empresas têm cada vez mais influência nas habilidades a serem apreendidas pelos alunos durante a sua

passagem pela universidade. O ideal é que os valores éticos e morais de um cidadão não precisem ser formados nas instituições de ensino superior, mas que todos esses princípios já tenham se consolidado ao longo da educação básica. Isso, porém, não parece se concretizar nas atitudes dos cidadãos enquanto profissionais, que não demonstram muitas vezes capacidade suficiente para não ceder às pressões impostas pela mentalidade neoliberal que direciona as intenções e as ações do mercado em sentido contrário em relação à conduta ética esperada pela sociedade. Dessa forma, torna-se extremamente importante o entendimento dos conceitos genuínos de responsabilidade social como um regulador de conduta no que diz respeito às decisões empresariais em relação a sustentabilidade. As políticas educacionais direcionadas para a educação superior devem priorizar a urgência de transformar o “produto” final das universidades não em alguém apto simplesmente para o mercado de trabalho, mas, pessoas preparadas para atuar profissionalmente conjugando os interesses das empresas com as necessidades da sociedade, havendo nessa combinação a possibilidade de resgatar para o homem o verdadeiro valor da terra e a importância de manter a sustentabilidade como fator de sobrevivência humana.

#### 4.4 LEGISLAÇÃO EDUCACIONAL SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL

A legislação educacional específica para o tema “responsabilidade social” é bastante limitada. Pode-se encontrar em alguns artigos da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional elementos de caráter social, moral e ético que estão relacionados com responsabilidade social.

Art. 43. A educação superior tem por finalidade:

I — estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo;

II — formar diplomados nas diferentes áreas de conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua;

III — incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando o desenvolvimento da ciência e da tecnologia e da criação e difusão da cultura, e, desse modo, desenvolver o entendimento do homem e do meio em que vive;

VI — estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade;

Art. 52. As universidades são instituições pluri-disciplinares de formação dos quadros profissionais de nível superior, de pesquisa, de extensão e de domínio e cultivo do saber humano, que se caracterizam por:

I — produção intelectual institucionalizada mediante o estudo sistemático dos temas e problemas mais relevantes, tanto do ponto de vista científico e cultural, quanto regional e nacional. (BRASIL, 1996).

Da mesma forma, nas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Administração de Empresas, nada se refere ao título “responsabilidade social”. De forma bastante genérica, em alguns pontos isolados menciona-se o caráter social na formação dos alunos, sendo o foco principal do curso o mercado de trabalho e a capacitação profissional dos alunos.

Quanto ao perfil do egresso é mencionado em linhas gerais que o Administrador precisa “compreender as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção”. Mas sempre ligando o exercício da profissão ao mercado de trabalho e a produtividade.

- Perfil Desejado do Formando:

O curso de Administração deve ensejar condições para que o bacharel em Administração esteja capacitado a compreender as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e de seu gerenciamento no seu conjunto, observados os níveis graduais do processo de tomada de decisão, bem como a desenvolver o alto gerenciamento e a assimilação de novas informações, apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas presentes ou emergentes nos vários segmentos do campo de atuação do administrador. (BRASIL, 2002, p.13).

No que se refere às competências e habilidades que o aluno irá desenvolver ao longo do curso, são elencados uma série de itens ligados ao contexto empresarial, à gestão e ao processo produtivo, com passagens sutis por questões de âmbito social que possam relacionar-se com a responsabilidade social.

- Competências e Habilidades

Os cursos de graduação de Administração devem formar profissionais que revelem, pelo menos, as seguintes competências e habilidades:

- reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
- desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;
- desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;
- desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável. (BRASIL, 2002, p.13).

Ao explicitar os conteúdos curriculares para o curso de Administração o primeiro item refere-se aos conteúdos de formação básica, abrangendo conhecimentos sobre as áreas: “Ciências Sociais, a Filosofia, a Psicologia, a Ética, a Política, o Comportamento, a Linguagem, a Comunicação e Informação”. Considerando que as áreas citadas acima trabalham a formação do indivíduo enfatizando os aspectos humanos, disponibilizarão elementos que permitirão ao indivíduo construir um entendimento acerca da responsabilidade social, sem necessariamente abordá-la diretamente.

- Conteúdos Curriculares

Os cursos de graduação em Administração deverão contemplar, em seus projetos pedagógicos e em sua organização curricular, conteúdos que atendam aos seguintes campos interligados de formação:

I – Conteúdos de Formação Básica: estudos relacionados com as Ciências Sociais, a Filosofia, a Psicologia, a Ética, a Política, o Comportamento, a Linguagem, a Comunicação e Informação;

II – Conteúdos de Formação Profissional, compreendendo Estudos da Teoria da Administração e das Organizações e suas respectivas funções, dos Fenômenos Empresariais, Gerenciais, Organizacionais, Estratégicos e

Ambientais, estabelecidas suas inter-relações com a realidade social, objetivando uma visão crítica da validade de suas dimensões, bem como os aspectos legais e contábeis;

III – Conteúdos de Formação Complementar, compreendendo Estudos Econômicos, Financeiros e de Mercado, e suas inter-relações com a realidade nacional e internacional, segundo uma perspectiva histórica e contextualizada de sua aplicabilidade no âmbito das organizações e na utilização de novas tecnologias;

IV – Conteúdos de Estudos Quantitativos e suas Tecnologias, abrangendo Pesquisa Operacional, Teoria dos Jogos, Modelos Matemáticos e Estatísticos e aplicação de tecnologias que contribuam para a definição e utilização de estratégias e procedimentos inerentes à Administração. (BRASIL, 2002, p.14).

O Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, refere-se especificamente ao termo “Responsabilidade Social” em seus artigos 1º, 2º e 3º. No artigo 1º, § 1º, destaca como uma das finalidades dos SINAES promover o aprofundamento dos compromissos e responsabilidades sociais das IES:

O SINAES tem por finalidades a melhoria da qualidade da educação superior, a orientação da expansão da sua oferta, o aumento permanente da sua eficácia institucional e efetividade acadêmica e social e, especialmente, a promoção do aprofundamento dos compromissos e responsabilidades sociais das instituições de educação superior, por meio da valorização de sua missão pública, da promoção dos valores democráticos, do respeito à diferença e à diversidade, da afirmação da autonomia e da identidade institucional (BRASIL, 2004, Art. 1º).

Ao explicitar a avaliação dos cursos e o desempenho dos alunos nas IES, o artigo segundo em seu primeiro inciso institui que:

Art. 2º O SINAES, ao promover a avaliação de instituições, de cursos e de desempenho dos estudantes, deverá assegurar:

I – avaliação institucional, interna e externa, contemplando a análise global e integrada das dimensões, estruturas, relações, compromisso social, atividades, finalidades e responsabilidades sociais das instituições de educação superior e de seus cursos (BRASIL, 2004).

O artigo terceiro coloca como obrigatoriedade a observância da responsabilidade social pela IES, bem como em seu terceiro inciso, a definição dos aspectos abrangidos pelo termo:

Art. 3º A avaliação das instituições de educação superior terá por objetivo identificar o seu perfil e o significado de sua atuação, por meio de suas atividades, cursos, programas, projetos e setores, considerando as diferentes dimensões institucionais, dentre elas obrigatoriamente as seguintes: III – a responsabilidade social da instituição, considerada especialmente no que se refere à sua contribuição em relação à inclusão social, ao desenvolvimento econômico e social, à defesa do meio ambiente, da memória cultural, da produção artística e do patrimônio cultural (BRASIL, 2004).

Existem alguns projetos para a aprovação de leis que regulem esse tema e projetos para a atuação responsável de universitários junto à comunidade. O deputado Federal Lincoln Portela do Distrito Federal, enviou em 2001, a indicação 1.682 da Câmara dos Deputados, que propõe a inserção da disciplina Responsabilidade Social e Ambiental nos Currículos de Ensino Médio e Superior. O argumento apresentado foi que a maioria das empresas, não têm uma gestão social e ambiental responsável, estando atentas somente a dois aspectos: melhoria da imagem e da situação financeira. O último registro desse parecer é de 26/01/2001 - Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA) - Remessa ao Ministro Chefe da Casa Civil da PR, Pedro Parente, através do Of 1789/01.

Em novembro de 2003 a União Nacional dos Estudantes (UNE) enviou uma carta ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva com a sugestão de reativação do Projeto Rondon. O novo Projeto Rondon pretende aumentar a participação dos jovens universitários no desenvolvimento do País, além de levá-los ao conhecimento da realidade brasileira. Contará com três tipos de operação: a nacional, que deslocará universitários nas férias escolares para outras regiões; a regional, que será realizada nas periferias próximas aos campi; e a especial, que terá ajuda das entidades públicas e privadas na realização de atividades específicas. A partir de janeiro de 2005, o Projeto Rondon será contado como crédito nas grades curriculares das instituições de ensino superior interessadas.

Com base na legislação aqui analisada percebe-se que a importância da responsabilidade social nas IES já é amplamente reconhecida, porém sob o aspecto

legal, essa temática é abordada de maneira limitada e genérica. A legislação educacional necessita de reformulações a fim de abordar a participação política e a responsabilidade social institucional, de professores e alunos, pois é preciso discutir sobre as aplicações socialmente construtivas do conceito de cidadania, base essencial de uma educação que resgate valores humanos.

## **5. A CONCEPÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

A pesquisa de campo foi realizada em uma Instituição de Ensino Superior privada de Curitiba, com 22 alunos do último período do curso de Administração de Empresas com habilitações em marketing e recursos humanos.

A instituição em atuação desde maio de 2003 tem sede e limite de atuação em Curitiba, é um estabelecimento de Ensino Superior, pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, com sede e foro na cidade de Curitiba, Paraná. Encontra-se em funcionamento, desde o final do ano de 2003 o Campus II da Faculdade, localizado no centro de Curitiba, com os Cursos de Pós-Graduação *lato sensu* nas áreas de Educação, Ciências Humanas e Sociais. Tem por objetivo promover:

1. A Formação de pessoal capacitado nas áreas dos cursos mantidos;
2. Estudos sistemáticos para melhor conhecimento dos problemas da comunidade e para a proposição de melhores e mais adequadas soluções sob a inspiração dos princípios democráticos e cristãos;
3. A pesquisa e o desenvolvimento das ciências, no seu campo de atuação.

Em seu site na internet, a instituição apresenta como foco de sua ação o comprometimento em preparar para os desafios do mercado de trabalho, considerando-se detentora de currículos modernos e adequados às exigências do mercado de trabalho. Afirma que seus cursos refletem as tendências de mercado e carreiras em ascensão na geração de empregos. Pode-se perceber que seguindo a tendência de grande parte das instituições que possuem cursos de formação para a área de negócios, tanto novas instituições quanto as mais tradicionais, o apelo para uma formação competitiva para o mercado de trabalho e a garantia de empregabilidade é notório. Nesse sentido Frigotto afirma que:

Cabe à escola e aos centros de formação profissional, nessa perspectiva, desenvolver um "banco" variado de competências e de habilidades gerais, específicas e de gestão. Diante das mudanças no mundo do trabalho, mormente da crise estrutural do emprego, já não se pensa em "formar para o posto de trabalho", mas formar para a "empregabilidade". (FRIGOTTO, 1999, p.23).

Os docentes e acadêmicos das instituições em geral "ao mesmo tempo em que defendem a formação para valores mais profundos que apenas técnicas específicas, são cobrados pelo mercado sobre performance de empregabilidade e inserção profissional" (MONTEIRO, 2006, p.01). A formação acadêmica é cada vez mais direcionada para o mercado de trabalho. Não se pode afirmar que não existam apelos para aspectos humanos nas propostas das IES, mas é claramente perceptível que o mercado de trabalho tem prioridade sobre a formação humana, principalmente nas mídias de divulgação publicitária. Chavões como: "formando para o mercado e para a vida", tornam claro que em primeiro plano está a formação profissional, mas que também, após o atendimento das necessidades do mercado, levam em consideração aspectos humanos.

Os cursos de graduação oferecidos são cinco: Administração de Empresas, Ciências Contábeis, Engenharia Ambiental, Pedagogia e Sistemas de Informação.

## 5.1 CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS <sup>14</sup>

O curso apresenta como objetivo a formação de cidadãos capazes de assumir posições de liderança e gestão nas mais diversas áreas nas empresas privadas e públicas, como planejamento, marketing, pessoas, finanças e logística através de um conhecimento multidisciplinar que capacite e estimule para um apreender continuado com responsabilidade social e ética numa economia globalizada.

---

<sup>14</sup> Elaborado com base nas informações extraídas do site da instituição pesquisada.

O perfil de egresso é de um profissional que deverá possuir um sólido domínio conceitual, técnico e humano que possibilite adaptar-se nos mais diversos segmentos de negócios, possuindo uma visão sistêmica, generalista e polivalente do seu campo de atuação, sendo eficaz no reconhecimento e definição de problemas, na preposição de soluções, pensando estrategicamente, introduzindo modificações no processo de trabalho, transferindo e disseminando conhecimentos através de iniciativas com criatividade, abertura e receptivo às mudanças, consciente da qualidade e das implicações éticas do seu trabalho. O curso possui duas linhas de formação:

**1. Recursos Humanos:** Esta linha de formação procura dar ênfase nas habilidades e competências para montar equipes de trabalhos e políticas inovadoras na área da gestão de pessoas; ser capaz de desenvolver políticas de cargos e salários, recrutar e selecionar profissionais nas mais diversas áreas, além de introduzir modificações no processo de trabalho, procurando desenvolver o capital intelectual das organizações.

**2. Marketing:** Esta linha de formação procura dar ênfase nas habilidades e competências para entender a mutação dos mercados consumidores, identificando comportamentos e novas tendências dos consumidores, sendo criativo e sensível às expectativas, anseios e necessidades dos consumidores, além do domínio das técnicas de pesquisas mercadológicas para o desenvolvimento de projetos de marketing.

O curso possui dois núcleos de formação, a técnica e a humana, com seus respectivos objetivos:

**1. Formação Técnica:**

- a. Dominar os conceitos das técnicas de administração aplicáveis aos negócios em geral;
- b. Resolver problemas através do raciocínio lógico e análise crítica e coerente de alternativas;

- c. Capacidade de propor e promover mudanças organizacionais internas, a fim de aperfeiçoar processos, analisando a viabilidade de novos negócios e o planejamento de novas estratégias;
- d. Habilidade de negociação com fornecedores, colaboradores e agentes externos como governos e sindicatos;
- e. Eficácia na contratação, gerenciamento, capacitação e manutenção de equipes;
- f. Prestar serviços de consultoria externa, sugerindo e promovendo mudanças nas organizações em que vir a prestar serviços;
- g. Disseminar o senso de responsabilidade ética e moral, o sentimento de cidadania e a preocupação com as questões sociais e ambientais;
- h. Identificar os sistemas de informação envolvidos com o exercício da sua profissão;

## **2. Formação Humana:**

- a. Promover a importância do trabalho em equipes;
- b. Incentivar o espírito empreendedor, de desenvolver um negócio próprio;
- c. Assumir, como cidadão de formação superior, posições de liderança e vanguarda na defesa da cidadania e da justiça social;
- d. Ser capaz de respeitar as diferenças entre pessoas, fazendo com que a diversidade humana seja uma ferramenta de aprendizado do exercício da cidadania, debaixo das leis universais do criador;
- e. Ter a ética profissional como bandeira, procurando ser um agente de mudanças, responsável e humano.

Nota-se que há uma divisão do curso em dois núcleos: técnico e humano. Uma interpretação possível para essa dualidade é a preocupação da instituição com a formação completa do egresso nos aspectos específicos da profissão e nos aspectos relacionados à ética e cidadania. Cabe porém ressaltar que, tal dicotomia pode significar uma fragmentação dos conhecimentos em dois núcleos distintos. Entende-se que os aspectos humanos devam permear todos os momentos da formação profissional, não sendo adequado haver momentos estanques destinados à discussão

e reflexão das questões humanas, uma vez que a fragmentação contribuirá para que o aluno não estabeleça relações práticas entre a técnica e as humanidades.

Segue do quadro abaixo, a estrutura curricular a ser aplicada a partir do primeiro semestre de 2007, para acadêmicos ingressantes

QUADRO 04 – ESTRUTURA CURRICULAR 2007

<b>SEMESTRES</b>	<b>DISCIPLINAS</b>
<b>1º período</b> carga horária: 380h	ATIVIDADES COMPLEMENTARES - Teórico-prática - 20h INFORMÁTICA PARA ADMINISTRADORES - Básica - 72h INTRODUÇÃO À ADMINISTRAÇÃO - Profissionalizante - 72h MATEMÁTICA - Básica - 72h METODOLOGIA CIENTÍFICA - Básica - 72h SOCIOLOGIA DAS ORGANIZAÇÕES - Básica - 72h
<b>2º período</b> carga horária: 380h	ATIVIDADES COMPLEMENTARES - Teórico-prática - 20h COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL - Básica - 72h ESTATÍSTICA - Básica - 72h PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL - Básica - 72h TEORIA ECONÔMICA - Básica - 72h TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO - Profissionalizante - 72h
<b>3º período</b> carga horária: 380h	ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS I - Profissionalizante - 72h ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA I - Profissionalizante - 72h ATIVIDADES COMPLEMENTARES - Teórico-prática - 20h INSTITUIÇÕES DE DIREITO PÚBLICO E PRIVADO - Básica - 72h MATEMÁTICA COMERCIAL E FINANCEIRA - Básica - 72h ORGANIZAÇÃO, SISTEMAS E MÉTODOS - Profissionalizante - 72h
<b>4º período</b> carga horária: 380h	ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS II - Básica - 72h ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA I - Básica - 72h ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA II - Básica - 72h ATIVIDADES COMPLEMENTARES - Teórico-prática - 20h CONTABILIDADE GERENCIAL - Profissionalizante - 72h FILOSOFIA E ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES - Profissionalizante - 72h
<b>5º período</b> carga horária: 380h	ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO E OPERAÇÕES - Profissionalizante - 72h ADMINISTRAÇÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO - Profissionalizante - 72h ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA II - Profissionalizante - 72h ATIVIDADES COMPLEMENTARES - Teórico-prática - 20h CULTURA ORGANIZACIONAL - Básica - 72h RESPONSABILIDADE SOCIAL E MEIO AMBIENTE - Complementar - 72h
<b>6º período</b> carga horária: 380h	ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS MATERIAIS E PATRIMONIAIS - Profissionalizante - 72h ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - Profissionalizante - 72h ATIVIDADES COMPLEMENTARES - Teórico-prática - 20h

	EMPREENDEDORISMO - Profissionalizante - 72h GESTÃO DE QUALIDADE - Complementar - 72h NEGOCIAÇÃO E MEDIAÇÃO DE CONFLITOS - Complementar - 36h ORIENTAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO I - Teórico-prática - 36h
<b>7º período</b> carga horária: 530h	ATIVIDADES COMPLEMENTARES - Teórico-prática - 20h ESTÁGIO SUPERVISIONADO I - Teórico-prática - 150h INOVAÇÃO EMPRESARIAL - Estudos quantitativos e suas tecnologias - 36h OPTATIVA I - Complementar - 36h OPTATIVA II - Complementar - 36h OPTATIVA III - Complementar - 36h ORIENTAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO II - Teórico-prática - 72h PESQUISA MERCADOLÓGICA - Estudos quantitativos e suas tecnologias - 72h TÓPICOS ESPECIAIS EM ADMINISTRAÇÃO I - Complementar - 72h
<b>8º período</b> carga horária: 530h	ATIVIDADES COMPLEMENTARES - Teórico-prática - 20h ESTÁGIO SUPERVISIONADO II - Teórico-prática - 150h GESTÃO DO CONHECIMENTO - Complementar - 36h JOGOS DE EMPRESA E SIMULAÇÃO EMPRESARIAL - Estudos quantitativos e suas tecnologias - 72h OPTATIVA IV - Complementar - 36h OPTATIVA V - Complementar - 36h OPTATIVA VI - Complementar - 36h ORIENTAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO III - Teórico-prática - 72h TÓPICOS ESPECIAIS EM ADMINISTRAÇÃO II - Complementar - 72h

FONTE: Site da Instituição.

Entende-se que a condição natural e irremediável do sujeito é a de ser humano, compreendendo os desejos, sentimentos, necessidades e todos os instintos próprios da condição humana. Não se pode portanto, separar o humano do técnico, uma vez que antes de ser profissional, o indivíduo é homem e não deixará de sê-lo para tornar-se um profissional. Sendo assim, parece incoerente a condução do ensino sob dois núcleos distintos, que na verdade se complementam e que devem ser tratados como um todo necessário à formação profissional. A relação entre ambos é tão estreita que até mesmo na definição dos núcleos parece ter havido confusão sobre o que é técnico e o que é humano. Por exemplo, no item g da formação técnica foi abordada a disseminação do senso de responsabilidade ética e moral, o sentimento de cidadania e a preocupação com as questões sociais e ambientais. Esse item complementa e sintetiza o que expressam os itens c, d, e, do núcleo de formação humana,

demonstrando como os dois núcleos são próximos e que não devem ser tratados separadamente.

Quanto aos aspectos metodológicos do curso, deverá existir uma articulação constante entre teoria e prática, promovendo a capacidade de atualizar-se continuamente. Essa concepção teórica prática procura promover ao acadêmico vivenciar o que profissional já formado enfrenta de desafios no mercado. Esta metodologia se fundamenta nos seguintes princípios:

a. realização por parte dos acadêmicos de pesquisas do que está acontecendo na gestão das organizações;

b. visitas técnicas em organizações dos mais diversos segmentos;

c. a constante utilização de estudos de caso, trazendo a vivência de situações organizacionais já ocorridas;

d. corpo docente atuante não só no meio acadêmico, mas no mercado de trabalho, possibilitando trazer as experiências do mercado para a sala de aula.

## 5.2 COMPREENSÃO DOS ALUNOS QUANTO À FORMAÇÃO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL

A fim de compreender como os alunos relacionam a formação construída ao longo do curso com questões de responsabilidade social, foram aplicados questionários contendo os seguintes questionamentos:

1. Baseando-se nos conhecimentos adquiridos durante a sua formação no curso de Administração de Empresas, conceitue responsabilidade social;

2. Qual a importância da responsabilidade social na atuação profissional do administrador de empresas?

3. Elenque, por ordem de importância, as três disciplinas que mais abordaram o tema “responsabilidade social” e os principais aspectos abordados por cada uma delas;

4. É possível perceber mudanças na sociedade causadas por ações de responsabilidade social? Justifique sua resposta.

Antes de analisar os dados resultantes da aplicação do questionário, cabe apresentar o perfil dos alunos participantes da pesquisa. Foram entrevistados vinte e dois alunos, sendo que destes, sete do gênero masculino e quinze do feminino. A idade variou entre vinte e três e quarenta e dois anos, sendo que a média da amostra é de trinta e três anos. A idade média entre as mulheres é de trinta e três anos e a dos homens trinta e quatro. Todos os alunos atuam no mercado de trabalho, sendo que o tempo médio de atuação da amostra é de quatorze anos, variando entre quatro e vinte e quatro anos de atividade. As mulheres têm uma média de doze anos e os homens dezessete anos de atuação no mercado de trabalho. Responderam ao questionário profissionais das seguintes categorias: vendedores, assistentes de recursos humanos, assistentes administrativos, auxiliares técnicos, auxiliares administrativos, coordenadores técnicos, coordenadores administrativos, coordenadores de treinamento, técnicos de aplicação, técnicos de desenvolvimento, secretárias, engenheiros de produção, líderes de manutenção, supervisores de produção, agentes penitenciários, gerentes, subgerentes, diretores comerciais e programadores de materiais. Foram identificados os ramos de siderurgia, agronegócio, serviços, petroquímica, engenharia, varejo, recursos humanos, saúde, automotivo, segurança pública, telefonia e financeiro.

É importante destacar o perfil diferenciado da amostra. Sabe-se que em cursos de período noturno é comum a conciliação do estudo com atividade profissional, ressalta-se, porém que no grupo pesquisado todos apresentam essa característica, além da faixa etária ser mais alta que a comumente encontrada em cursos universitários. Fatores como a faixa etária elevada e experiência profissional também mais expressiva do que a média identificada em cursos universitários de graduação, torna essa amostra um contexto otimizado de pesquisa. Desta forma, os dados encontrados refletem com maior fidelidade e qualidade os conceitos relacionados à responsabilidade social apresentados ao longo do curso.

## 5.2.1 Conceito de Responsabilidade Social

Com base na pesquisa de campo, o primeiro questionamento feito aos alunos foi: “1) Baseando-se nos conhecimentos adquiridos durante a sua formação no curso de Administração de Empresas, conceitue responsabilidade social”. As respostas obtidas foram agrupadas em seis categorias, conforme a tabela abaixo:

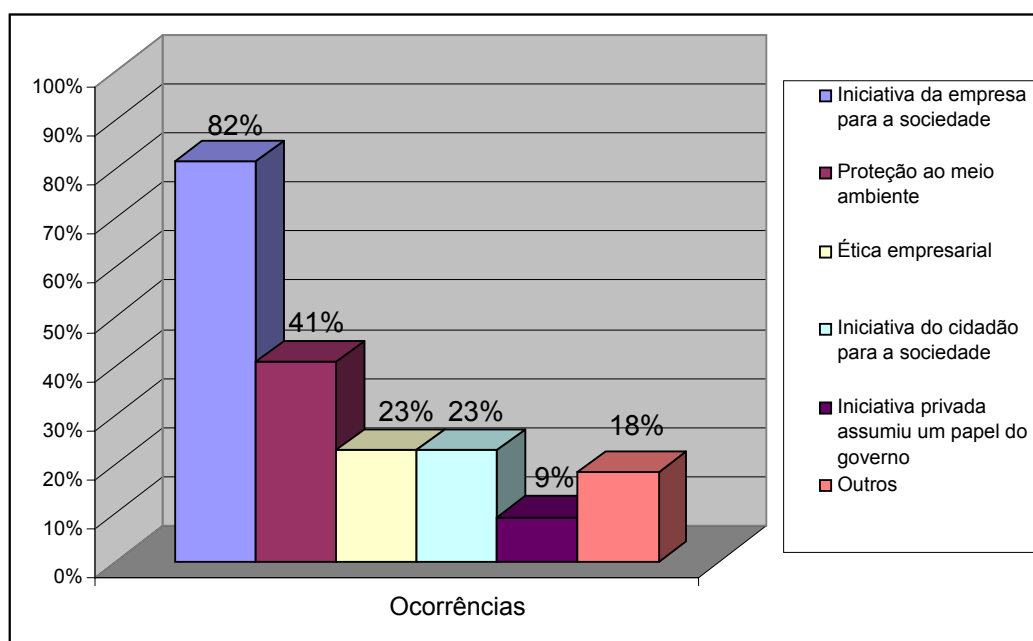
TABELA 01 – CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

CATEGORIAS DE RESPOSTAS	Nº DE OCORRÊNCIAS
Iniciativa da empresa para a sociedade	18
Proteção ao meio ambiente	9
Ética empresarial	5
Iniciativa do cidadão para a sociedade	5
Iniciativa privada assumiu um papel do governo	2
Outros	4

FONTE: Dados da Pesquisa de Campo.

Da amostra composta por 22 alunos, 82% citaram que a responsabilidade social trata-se de uma iniciativa que parte da empresa para a sociedade. Outros 41% relacionaram o conceito à proteção ao meio ambiente, enquanto 23% vincularam à ética empresarial e outros 23% indicaram como sendo uma iniciativa que parte do cidadão para a sociedade. Ainda, 9% pontuaram que a iniciativa privada assumiu um papel do governo e 18% relacionaram a outros fatores não categorizados.

GRÁFICO 01 – CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



FONTE: Dados da pesquisa de campo.

Para exemplificar a natureza das respostas que compuseram a categoria “iniciativa da empresa para sociedade”, ressaltam-se as seguintes respostas:

- *Promover o bem estar de seus colaboradores e também promover ações sociais na comunidade, melhorando de alguma forma a situação das pessoas em nosso país. (Entrevistado 4);*
- *É uma obrigação da empresa ter responsabilidade por seus produtos, notificando a comunidade como um todo a procedência e a utilização dos produtos, também incentivar e ajudar a comunidade da melhor maneira possível seu desenvolvimento. (Entrevistado 6);*
- *Compromisso da empresa para com a sociedade, envolvendo, resgatando, e interagindo a população a participar das atividades, independente de qual seja. (Entrevistado 11);*
- *É estar preocupado e comprometido com as necessidades da sociedade localizada nas proximidades da organização e a partir desta preocupação, promover campanhas para suprir as necessidades destas pessoas procurando envolver os demais funcionários motivando-os a colaborar. É ter ética. A responsabilidade social depende da cultura da empresa para ser colocada em prática. (Entrevistado 14;)*
- *As empresas se utilizam da responsabilidade social, ajudando a dedução de impostos, mais a população envolvida em sua região, mais seus funcionários. (Entrevistado 18.)*

Dentre os aspectos abordados nas respostas acima, os participantes ressaltaram que a responsabilidade, vista como uma ação empresarial para a sociedade, abrange a mobilização dos colaboradores para realização de ações sociais. Envolve o cuidado com os produtos e toda a cadeia de suprimentos envolvida nos processos de produção, de comercialização e de consumo. Envolver a sociedade nas

atividades da empresa também foi citada como elemento do conceito de responsabilidade social, no sentido de abrir as portas da empresa para que a comunidade tenha acesso no que tange aos impactos sociais causados pela organização à comunidade. As ações de responsabilidade social devem fazer parte da cultura organizacional, entendida como um elemento que deve permear todas as ações e todos os setores da empresa. Nesse sentido, tem-se o pensamento de Cheibub e Locke, quanto a interação de todos os atores sociais e da empresa:

Há na literatura quatro modelos básicos das diferentes formas com que as empresas podem se inserir de forma responsável em seu meio social. Esses modelos têm por base duas dimensões. A primeira refere-se aos grupos ou atores beneficiários da gestão e das ações das empresas. Nesta dimensão coloca-se em um extremo do contínuo os acionistas ou donos (modelo dos *stockholders*) e no outro extremo todos os grupos que têm uma relação com uma empresa e que podem se beneficiar, mediata ou imediatamente, de suas ações. Neste caso, considera-se como beneficiários, além de outros possíveis grupos sociais, a comunidade em que a empresa se localiza, seus acionistas e, até mesmo, seus trabalhadores (modelo dos *stakeholders*). (CHEIBUB; LOCKE, 2001, p.3).

Outro aspecto assinalado foi a questão da dedução de impostos, benefício ao qual as organizações que apresentam projetos de responsabilidade social tem direito, e que muitas vezes torna-se o principal motivo da implementação de planos de responsabilidade, mas que muitas vezes não se materializam em ações concretas junto à comunidade.

A categoria “proteção ao meio ambiente” pode ser retratada nas respostas a seguir:

- *Seria um compromisso com o meio ambiente. (Entrevistado 8);*
- *Preocupação com o meio ambiente, visando preservá-lo. (Entrevistado 12);*
- *É a aceitação e ao mesmo tempo a prática de ajudar o próximo tanto o ser humano quanto o meio ambiente. (Entrevistado 20).*

É importante entender qual a amplitude do termo “meio ambiente”, quando pensado sob o cuidado da responsabilidade social. Discernir qual a ligação entre o

meio e o homem e quais as conseqüências para ambos, se consideradas as inter-relações entre eles. Apenas um dos alunos relacionou o homem ao meio, as outras duas respostas consideraram o meio ambiente isoladamente, sem definir a importância ou mesmo a necessidade de preservação. O discurso “responsável” fala exaustivamente em degradação ambiental, considerando todas as suas temáticas relacionadas como aquecimento global, desastres ambientais, extinção de espécies vegetais e animais, e outros tantos desequilíbrios. É, porém, importante analisar se a reprodução e o eco desse discurso na sociedade entende os motivos que alardeiam tanta necessidade de preservação. É preciso que a empresa e seus colaboradores, a comunidade local e a sociedade como um todo entendam que a preservação do meio ambiente é fundamental para a vida humana. A defesa ambiental não tem nada de altruísta. Pensa-se na fauna e na flora em si como questões estéticas e fragmentadas, mas deve-se pensar na dependência do meio ambiente por parte da espécie humana para dar continuidade à sua existência. Em suma, deve-se pensar a preservação ambiental como um todo integrado entre homem e natureza.

Em termos ideais uma empresa somente poderia exercer suas atividades se o custo-benefício da sua existência fosse positivo. A empresa que agride o meio ambiente, conseqüentemente coloca em risco a continuidade da vida humana ou reduz a qualidade desta (RIBEIRO; LISBOA, 1999, p.21).

O item “ética empresarial” se expressa pelas respostas abaixo:

- *É o comprometimento a ética junto ao desenvolvimento econômico, a qualidade de vida de seus funcionários e familiares, comunidade em geral e a sociedade como um todo. (Entrevistado 3);*
- *Ser responsável socialmente é não praticar assistencialismo, mas sim cumprir de maneira ética o papel do Estado, pensar também na diversidade humana, fazer parte de processos de inclusão social. (Entrevistado 7);*

- *Ações de indivíduos ou empresas, centradas na melhoria das condições de vida, cultura e cidadania. (Entrevistado 12);*
- *...representa a ética da empresa. (Entrevistado 21).*

A ética empresarial, segundo as interpretações das respostas acima, não se limitam à atividade fim da empresa, mas também consideram aspectos como o desenvolvimento econômico comprometido com a qualidade de vida, a inclusão social, o acesso à cultura e o desenvolvimento da cidadania. Pode-se entender ética como um conjunto de valores norteadores das ações individuais e coletivas que participam de todos os contextos da existência humana. Sendo a ética um conjunto de valores e princípios, não se deve confundi-la com as ações propriamente ditas, mas como um direcionador das ações visando o bem comum. A responsabilidade social nesse caso é a ética da empresa materializada em todas as instâncias do convívio social.

Defendemos que para analisar as relações entre empresas e sociedade, da perspectiva da responsabilidade social, é imprescindível introduzir a dimensão política e ética na discussão. Essas dimensões tem permanecido, até o momento, ausente do debate. Assim, propomos que se leve em conta possíveis e, por que não, prováveis conseqüências políticas da RS. Dessa forma, devemos nos indagar se e como a RS contribui, ou não, para que todos os cidadãos tenham garantidos aqueles direitos publicamente aceitos e expressos pela sociedade na sua organização político-legal. Essa concepção, sem dúvida, corporifica-se em um conjunto de leis, regras, procedimentos, além de instituições e organizações, as quais devemos, obrigação política e obediência, além da preocupação com o exercício efetivo da cidadania. (REED, 1999, p.53).

A categoria “iniciativa do cidadão para a sociedade” pode ser exemplificada pelas respostas a seguir:

- *Responsabilidade social é a preocupação, o cuidado, o comprometimento, o envolvimento que todos nós devemos ter para com o bem estar da sociedade e o meio-ambiente em que vivemos e atuamos. (Entrevistado 5);*

- *Responsabilidade social é preocupar-se com o meio ambiente, com as pessoas menos favorecidas é atuar fortemente no terceiro setor... (Entrevistado 7);*
- *É o comprometimento e contribuição da sociedade como um todo, para proporcionar uma melhor qualidade de vida. (Entrevistado 19).*

Esse grupo de alunos classificou a responsabilidade social como sendo o dever de todos, ou seja, da própria sociedade para com ela mesma. Parece o mais lógico dos conceitos, mas uma fração muito pequena dos questionados sobre esse tema entendem dessa forma. Apesar de as respostas terem sido pouco aprofundadas, é interessante o entendimento de que a própria sociedade deve assumir a responsabilidade de suas ações, e cobrar um direcionamento sustentável para tudo o que se faz com o patrimônio natural e cultural comum.

A responsabilidade social deve buscar melhores condições de vida e maior longevidade para o ser humano, exige-se também a adoção de uma postura ética consciente e segura, voltada para a defesa do papel do cidadão e para o resgate da história e da cultura local. Pautada em fundamentos ético-políticos, a responsabilidade social trás uma visão da necessidade da construção de uma sociedade que seja de fato democrática, na qual a participação dos cidadãos não fique restrita ao exercício do voto, mas que seja ampliada à conquista dos direitos e à defesa dos deveres de cada um, tornando-se assim um agente participativo que toma para si as responsabilidades por seus atos e promove ações de conscientização coletiva. (CHEIBUB; LOCKE, 2001, p.11)

A responsabilidade social começa com cada indivíduo em sua casa, em sua comunidade e nas suas relações com os demais e com o meio em que vive. A preocupação com o bem estar coletivo é uma obrigação de cada cidadão que desenvolve seu potencial de criticar e promover transformação da realidade social.

Para exemplificar as respostas que compuseram a categoria “iniciativa privada assumiu o papel do governo”, ressaltam-se as seguintes respostas:

- *Temos a iniciativa privada fazendo um trabalho que na teoria seria do governo. (Entrevistado 1);*
- *...a falta de preocupação do Estado acaba por transferir sua responsabilidade para as empresas e os cidadãos. (Entrevistado 7).*

A responsabilidade social é assim um tema que começa a ser discutido amplamente por diversos setores da sociedade, e torna-se relevante na medida que busca um melhor entendimento do papel do Estado na sociedade atual, e quais objetivos econômicos e sociais devem ser perseguidos pelas empresas. (PARRA, 2003, p.32).

As respostas dessa categoria abrem espaço para a discussão quanto a responsabilidade do Estado em suprir as necessidades sociais e proporcionar serviços públicos. Na contemporaneidade, com a emergência da ideologia neoliberal, fala-se no fim do “Estado de bem-estar social”, em que o Estado transfere progressivamente a atividade pública para a iniciativa privada. Dessa forma a gestão de projetos de responsabilidade social, antes executada por organismos públicos, cada vez mais passa para o âmbito dos movimentos sociais, terceiro setor e empresas privadas.

As políticas neoliberais têm como fundamento uma menor participação do governo na atividade econômica. Isso se concretiza, entre outras coisas, na participação das empresas estatais que levou à maior concentração de capitais da história. Nos países latino-americanos, as riquezas nacionais têm sido compradas, sobretudo por estrangeiros, o que tem levado a uma perda de soberania. A capacidade de tomar decisões econômicas depende cada vez menos dos governos locais e são os organismos internacionais (como o Fundo Monetário Internacional, o Banco Mundial, o Banco Interamericano de Desenvolvimento), os países credores e os grandes bancos internacionais a determiná-las. Em alguns países, a privatização alcança os setores centrais da economia, tais como: as comunicações, a produção e distribuição de energia, os serviços financeiros, os serviços de saúde, a educação e a previdência social. (ABRAMO, 1996, p.43).

Pode-se questionar as conseqüências negativas trazidas pelas privatizações e o crescimento das multinacionais na América Latina, uma vez que é percebido um maior desenvolvimento de projetos de responsabilidade por parte das mesmas,

quando comparadas com os agentes locais. Porém, destaca-se que muitos desses projetos são formatados por equipes estrangeiras e não são adequadamente adaptados aos valores e à realidade locais. Também existe a ocorrência de esses projetos serem direcionados para divulgação e aceitação da empresa junto à comunidade, sem necessariamente haver um diagnóstico prévio do contexto em que as ações ocorrerão.

### 5.2.2 A Responsabilidade Social na Formação do Administrador de Empresas

O segundo questionamento feito aos alunos foi: “2) Qual a importância da responsabilidade social na atuação profissional do administrador de empresas?”. As respostas obtidas foram agrupadas em seis categorias, conforme a tabela abaixo:

TABELA 02 – RESPONSABILIDADE SOCIAL NA FORMAÇÃO DO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

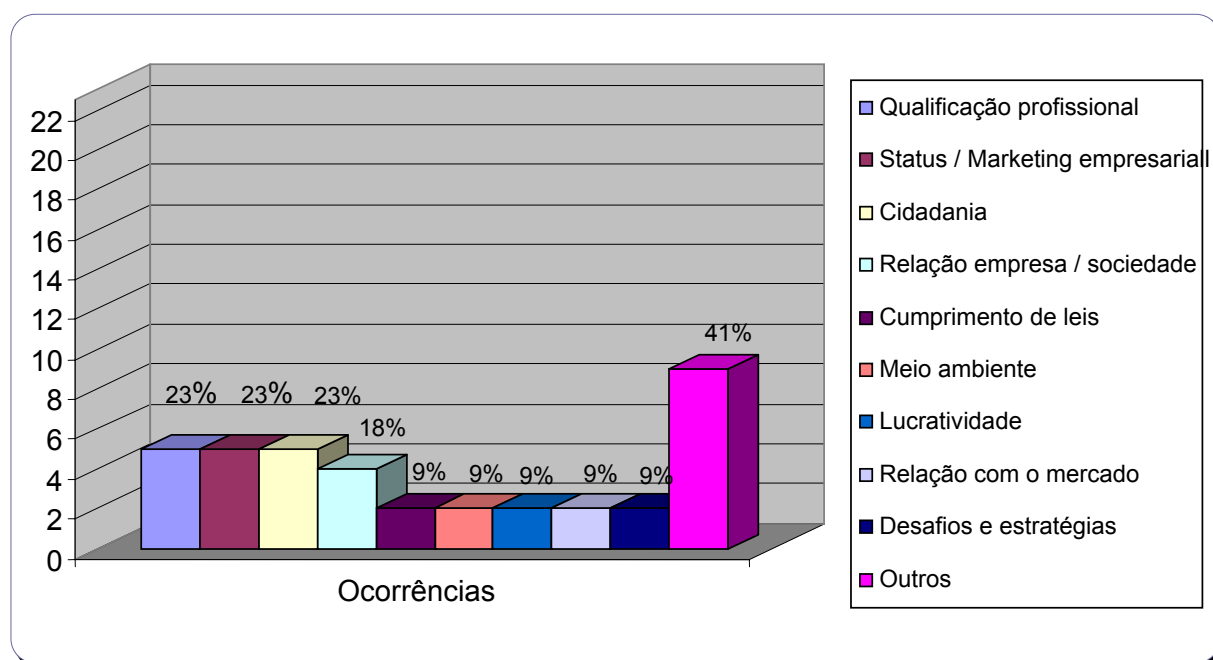
<b>CATEGORIAS DE RESPOSTAS</b>	<b>N° DE OCORRÊNCIAS</b>
Qualificação profissional	5
Status / Marketing empresarial	5
Cidadania	5
Relação empresa / sociedade	4
Cumprimento de leis	2
Meio ambiente	2
Lucratividade	2
Relação com o mercado	2
Desafios e estratégias	2
Outros	9

FONTE: dados da pesquisa de campo.

Dos 22 alunos participantes, 23% citaram que a importância da responsabilidade social para a atuação profissional do administrador de empresas relaciona-se à qualificação profissional. Outros 23% ligaram ao *marketing* empresarial e uma terceira parcela de 23% vinculou a importância do tema a uma questão de cidadania. A relação da empresa com a sociedade foi apontada por 18% da amostra.

Lucratividade, cumprimento de leis, questões ambientais, relacionamento com o mercado e ainda, a questão de desafios e estratégias, foram citadas por parcelas de 9% para cada categoria. Outros 41% relacionaram a importância da responsabilidade social a outros fatores diversos não categorizados. A categoria “outros” representou a grande maioria das respostas, demonstrando que não existiu um padrão para os vários elementos que surgiram e não se repetiram no decorrer da pesquisa. Esse aspecto pode denotar que não houve uma reflexão aprofundada quanto a importância da responsabilidade na atuação profissional do egresso, e que os alunos não tiveram como base conhecimentos adquiridos durante o curso, e sim responderam segundo suas opiniões pessoais.

GRÁFICO 02 – RESPONSABILIDADE SOCIAL NA FORMAÇÃO DO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS



FONTE: dados da pesquisa de campo.

A fim de demonstrar as respostas da categoria “qualificação profissional”, foram elencadas as seguintes contribuições:

- *É de grande importância pois ajuda no desenvolvimento do administrador, pois a responsabilidade social auxilia no desenvolvimento das habilidades do administrador. (Entrevistado 3);*

- *O administrador deve atuar e desenvolver o seu potencial com objetividade. (Entrevistado 12);*
- *O administrador deve estar atualizado e com os olhos voltados às necessidades que seu meio (local) mostra e os objetivos que a própria empresa traça. (Entrevistado 17).*

As respostas acima versam sobre a habilidade profissional do egresso, o desenvolvimento de seu potencial e a atualização profissional. Todas remetem de alguma forma ao desempenho, o que pode significar um direcionamento inadequado para as questões de responsabilidade social. Novamente esse tema aparece como ferramenta de autopromoção em detrimento da real necessidade de haver consciência social, organizacional e ambiental em todos os atos praticados por esses profissionais.

O grupo de respostas que gerou o item “status / marketing empresarial” pode ser representado pelas afirmações abaixo:

- *O administrador de empresa precisa atuar fortemente para o sucesso de seu negócio, se não souber administrar de maneira a participar da responsabilidade social, tende a ficar estagnado ou perder competitividade para empresas socialmente responsáveis. (Entrevistado 7);*
- *Desenvolvimento, o crescimento interno, pessoal facilitando o crescimento profissional, mostrando como exemplo para os demais empregados. Utiliza-se também o marketing envolvendo o nome da empresa, pensando no seu crescimento. (Entrevistado 11);*
- *O bom empresário nos dias atuais deve preocupar-se com a responsabilidade social, para ser competitivo, manter boa imagem da empresa, e atender algumas exigências do mundo globalizado, bem como: ISOS 14000 e 14001... (Entrevistado 13).*

“O *marketing* ligado a responsabilidade social alia a marca e os produtos de uma empresa a uma idéia de organização justa, que respeita e se preocupa com a perpetuação de todos os agentes influenciados pelas políticas da empresa”. (CARNEIRO, 2002, p.12). Novamente as respostas direcionam a importância de atuação responsável às questões de desempenho e competitividade organizacional. Isso se torna claro analisando-se elementos como o sucesso do negócio, estagnação da empresa, o nome da empresa relacionado ao crescimento e obtenção de certificações.

O marketing moderno reserva para o exercício da responsabilidade social das empresas as funções mais nobres no processo da conquista das preferências do mercado. Uma empresa atuante nessa área, e, portanto sintonizada com as demandas culturais e sociais de sua comunidade, será sempre preferida a qualquer outra que não possua a mesma capacidade de responder a essas aspirações. (FRANCESCHI, 1998, p.35).

Todas essas considerações encontradas nas respostas, assim como na questão anterior, remetem à competitividade e ao mercado, ambos mostrando como objetivo principal a melhoria de desempenho comercial. A diferença entre os dois grupos de resposta é que no primeiro caso se tratou da questão individual do profissional, e nesse caso abordou-se o coletivo, a organização como um todo.

A categoria “cidadania” tem nas respostas que seguem sua sintetização:

- *Aprende a resgatar a cidadania, uma maior experiência para com a sociedade, aprende a acreditar mais no eu... (Entrevistado 10);*
- *Suas ações devem estar em consonância com as necessidades do meio, ou seja, respeitando e procurando manter ou melhorar a condição de vida das pessoas e, também preocupando-se com a questão ambiental. (Entrevistado 12).*

Nesse grupo de respostas identificaram-se apontamentos que parecem ser o cerne da questão da responsabilidade social, a substância verdadeira de sua necessidade. O resgate da cidadania e a individualidade citadas vão de encontro com o princípio de que toda a coletividade está baseada nos valores e atitudes individuais,

e que não se deve ficar omissos como cidadãos nas questões que envolvem o bem estar social. As duas afirmações se complementam, no sentido em que o indivíduo deve perceber que a sua ação isolada influencia o todo, e que se não houver uma conscientização de todos não será possível alinhar as necessidades sociais com as ações da empresa junto à comunidade. Corroborando com esses dizeres, Amoroso ressalta que:

O empresariado, por sua vez, deve investir em uma postura ética e transparente, visando o resgate da cidadania e o respeito ao meio ambiente do qual depende. Na verdade, estamos falando de uma grande rede que envolve governo, a iniciativa privada e as universidades, que detêm o conhecimento. O grande desafio, porém é como coordenar e trazer o entendimento de que só a visão pro-ativa e integrada de todos esses setores tornará o caminho mais curto e menos penoso. Este deve ser o novo modelo de gestão da responsabilidade social que seja capaz de conduzir à transformação social e à formação de cidadãos críticos. (AMOROSO, 2003, p.11).

A categoria “relação empresa / sociedade” tem como exemplos as respostas abaixo:

- *Sensibilizar estes administradores, através de trabalhos em conjunto com a sociedade, fazendo com que os mesmos observem, aprendam a valorizar o que possuem, agindo com honestidade. e dando a importância merecida aos seus colaboradores. (Entrevistado 14);*
- *Dar mais condições a sociedade para atuar dentro das empresas e vice-versa. (Entrevistado 15);*
- *É de grande valia pois é uma forma de desenvolvermos um trabalho para a sociedade... (Entrevistado 22).*

Aspectos como sensibilização do profissional, valorização dos recursos e colaboradores, maior acesso da sociedade à empresa e trabalho em conjunto entre empresa e sociedade, demonstram uma visão interessante por parte dos alunos quanto à necessidade de interação e parceria das organizações e sociedade. Além da necessidade de atuação conjunta para o equilíbrio da relação com a comunidade e o desenvolvimento organizacional não só no aspecto comercial e mercadológico, mas também e principalmente o cultural, não é necessário prestar mero assistencialismo,

mas necessariamente trabalhar com a conscientização de que nessa relação, para haver sustentabilidade, todos devem ganhar.

Responsabilidade Social representativo do compromisso da empresa com a sociedade, é também forma de prestar contas da companhia para toda a sociedade, dado que a organização utiliza os recursos da sociedade, algo que não lhe pertence, para o seu adequado desenvolvimento. (VICENTE, 2004, p.17).

Os itens “cumprimento de leis”, “meio ambiente”, “lucratividade”, “relação com o mercado” e “desafios e estratégias” podem ser vislumbrados nos apontamentos abaixo:

- *Saber administrar as dificuldades adversas no dia à dia do trabalho. Conviver sempre com desafios procurando inovar e criar novas estratégias de trabalho. (Entrevistado 4);*
- *É fundamental que tenhamos profissionais com visão voltada para a responsabilidade social e com conhecimento suficiente para fazer valer as leis que a regulamentam. (Entrevistado 5);*
- *Hoje, além das legislações estarem em constante mudança, e a empresa necessitar de atualizações, o próprio mercado está cobrando esta identidade. (Entrevistado 17);*
- *Ajudar a sociedade, meio ambiente, os funcionários e a própria organização. (Entrevistado 18);*
- *..buscando fins lucrativos e desenvolvimentos das pessoas. (Entrevistado 22).*

Os principais fatores abordados nessas cinco categorias consideraram a importância da responsabilidade social na formação do administrador como essencial para a gestão das dificuldades, inovação e criação de estratégias. Destacaram ainda a necessidade de conhecimento da legislação regulamentadora como um fator de maior obtenção de lucratividade. A cobrança do mercado foi citada denotando a necessidade de haver cobrança externa para que ações responsáveis sejam efetivadas. A ajuda à sociedade, meio ambiente, colaboradores e simultaneamente a própria organização

também foram elementos abordados. Percebe-se um entendimento bastante diversificado da importância de conhecimentos de responsabilidade social, visto que alunos que tiveram a mesma base de conhecimento técnico mostraram posicionamentos divergentes quanto a um tema comum e tão discutido na área de formação e atuação profissional.

Como os outros itens citados são analisados nas respostas de outras questões, cumpre analisar a questão do cumprimento da lei no que se refere a efetivação de ações de responsabilidades social:

Consideramos que a discussão sobre responsabilidade social tem que tomar como dado que as empresas cumprem com suas obrigações legais (tributárias, fiscais, trabalhistas, ambientais, etc.). A questão que se apresenta é se as empresas e/ou os empresários/executivos assumem alguma responsabilidade além daquelas exigidas por lei. Não faz sentido, portanto, denominar de responsabilidade social o cumprimento da lei. (PAVA, 1996, p.37).

Sabe-se que algumas empresas cumprem com a responsabilidade social apenas nos limites determinados por lei. O cumprimento de leis ambientais e trabalhistas, entre outras, pode ser considerado como comportamento alinhado aos conceitos de responsabilidade social, mas isoladamente, não contempla a abrangência que o tema exige.

### **5.2.3 Disciplinas e Aspectos referentes à Responsabilidade Social**

Para a análise deste item, foi solicitado à IES as ementas das disciplinas mais citadas pelos alunos, como sendo as que mais abordaram conceitos de responsabilidade social. Pretende-se realizar um paralelo entre as disciplinas e aspectos ressaltados pelos alunos com os conteúdos presentes nas ementas.

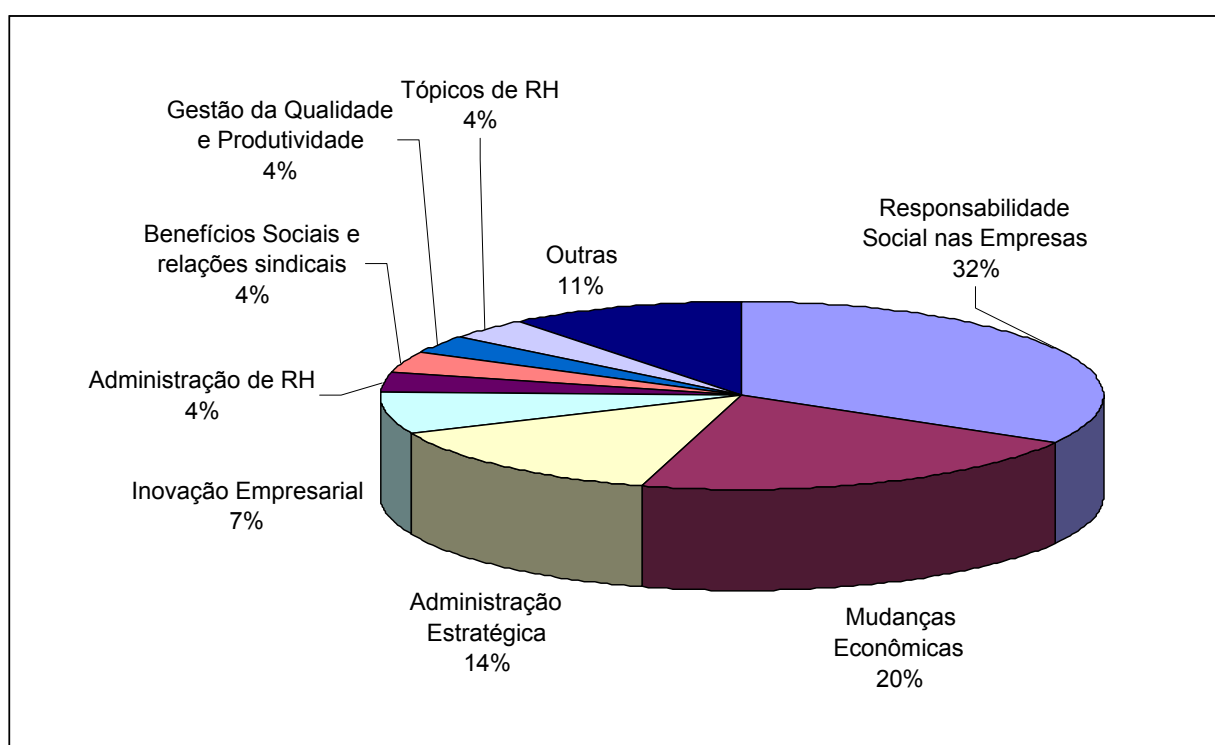
TABELA 03 – DISCIPLINAS RELACIONADAS À RESPONSABILIDADE SOCIAL

<b>Categorias de Respostas</b>	<b>Nº de Ocorrências</b>
Responsabilidade Social nas Empresas	19
Mudanças Econômicas	12

Administração Estratégica	8
Inovação Empresarial	4
Administração de RH	2
Benefícios Sociais e relações sindicais	2
Gestão da Qualidade e Produtividade	2
Tópicos de RH	2
Outras	6

FONTE: dados da pesquisa de campo.

GRÁFICO 03 – DISCIPLINAS RELACIONADAS À RESPONSABILIDADE SOCIAL



FONTE: dados da pesquisa de campo.

QUADRO 05 – DISCIPLINAS E ASPECTOS REFERENTES À RESPONSABILIDADE SOCIAL

DISCIPLINA	ASPECTOS
Administração de RH	Mostrar o verdadeiro valor do funcionário; O ser humano em primeiro lugar; Respeitar as limitações das pessoas, visando o autodesenvolvimento pessoal e profissional; O administrador, a empresa e sua responsabilidade.
Administração Estratégica	Conceitos de responsabilidade social; Desenvolvimento de responsabilidade social; Aspectos sociais; Criar novas formas de trabalho para os colaboradores; Criar novos produtos de fácil acesso ao consumidor; O que pode ser feito; Onde pode ser implantado; Custos para empresa; Ética; Planejamento; Mudanças e inovações; Aspectos sociais; Conceito de responsabilidade social. Desenvolvimento de responsabilidade social; Conhecer o mercado, saber o que produzir, gerando lucro, mas

	tendo o cuidado de observar a sua volta; Aspectos sociais.
Benefícios Sociais e relações sindicais	Leis trabalhistas; Responsabilidade Social; História e nascimento da responsabilidade social; Comparativo das conquistas dos direitos trabalhistas e a valorização da responsabilidade social como um diferencial.
Gestão da Qualidade e Produtividade	Redução de desperdício, utilizando os materiais não utilizados para promover campanhas que revertam este material em recursos; Processo de produção, impactos ambientais (causas / efeitos).
Inovação Empresarial	Criação de produtos valorizando a natureza; Trabalhos voltados para a sociedade; Novas tecnologias menos agressivas ao meio-ambiente; Avanços tecnológicos, quebra de paradigmas, estratégias e competitividade; Avanços tecnológicos, competitividade.
Marketing de relacionamentos	Ética na elaboração do marketing.
Marketing Propaganda	Os efeitos de propaganda; Os princípios éticos.
Marketing Social	Visão da empresa para a comunidade; Pontos fortes e pontos fracos; Apoio da empresa para comunidade.
Mudanças Econômicas	Sensibilizar as pessoas no que se refere à visão de mundo, procurando agir corretamente; Preocupação com a comunidade, trabalho escravo; Mudanças significativas desde a revolução industrial, até a atualidade; Compromisso com a sociedade; Projetos; Desenvolvimento; Visão de mundo e paradigmas; Globalização; Papel do ambiente; Globalização; Atividades humanas fundamentais; Desenvolvimento por parte dos administradores; Poder aquisitivo das pessoas; Investimentos do governo em saúde, educação e salário; Desenvolvimento de projetos sociais; Responsabilidade social; Terceiro setor.
Organização e Métodos	A empresa e o meio em que vive; O que é válido na competição empresarial?
Responsabilidade Social nas Empresas	Responsabilidade Social na sociedade e nas empresas; Responsabilidade com as organizações e com a sociedade; Comprometimento da organização perante a sociedade; O indivíduo na sociedade; Administração com a responsabilidade social; Histórico da responsabilidade social; 3 setores; A diferença entre assistencialismo e responsabilidade social; Envolvimento das Ongs, empresas, governo e sociedade na responsabilidade social; Aspectos sociais; Aspectos sociais; Ética no desenvolvimento de projetos sociais; Preocupação com a reciclagem; Preocupação com o meio ambiente; Preocupação com o ambiente de trabalho; Gestão ambiental; Empresa ética com o meio inserido, apoio entre todos os envolvidos, responsabilidade com as pessoas mais necessitadas (comunidade); Problemas encontrados na sociedade e projetos para solucioná-los; Conceito de responsabilidade social; Problemas sociais e seus impactos; Questão do lixo (aterros); ISO.
Sociologia	Mostrou vários aspectos de mudanças no trabalho do passado visando melhorar e inovar para o futuro (K. Marx).
Tópicos de RH	O envolvimento do departamento de RH na responsabilidade social.
Tópicos Especiais em Marketing I	Trabalho voluntário.ONGS.Assistencialismos.

FONTE: dados da pesquisa de campo.

Grande parte das disciplinas relacionadas abordam o que se pode chamar de primeira parte da consciência empresarial de responsabilidade social, que é a parte da concepção e da divulgação de idéias relacionadas à publicidade, mas poucas

disciplinas relacionam-se a ações concretas de responsabilidade social, ou seja, com a materialização da publicidade em ações reais de responsabilidade.

A estrutura curricular subdivide-se em disciplinas em cinco categorias:

TABELA 04 – ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

	<b>CATEGORIA</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
1	Básica	1008 horas
2	Profissionalizante	936 horas
3	Complementar	576 horas
4	Teórico-prática	640 horas
5	Estudos quantitativos e suas tecnologias	180 horas
	Carga Horária Total	3340 horas

FONTE: baseado no site da instituição pesquisada.

#### 5.2.4 As Mudanças Sociais e as Ações de Responsabilidade Social

O quarto e último questionamento foi: “É possível perceber mudanças na sociedade causadas por ações de responsabilidade social? Justifique sua resposta.”. A primeira parte da resposta foi dividida em três categorias conforme a tabela abaixo:

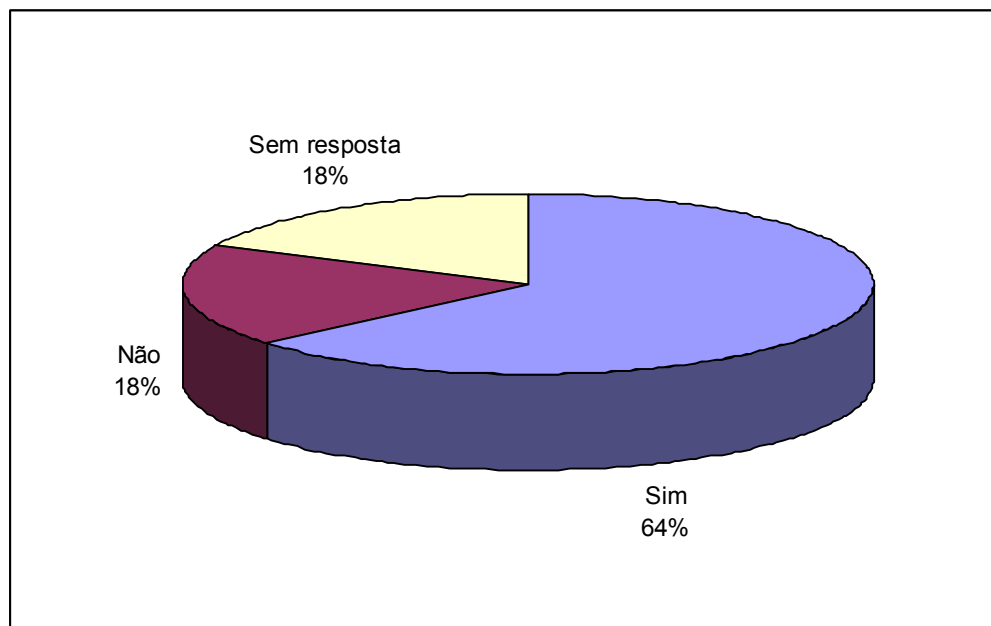
TABELA 05 – AS MUDANÇAS SOCIAIS E AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

<b>Categorias de Respostas</b>	<b>Nº de Ocorrências</b>
Sim	14
Não	4
Sem resposta	4

FONTE: dados da pesquisa de campo.

Da amostra de vinte e dois alunos, 64% responderam que é possível perceber mudanças na sociedade causadas por ações de responsabilidade social, 18% responderam que não é possível tal percepção e outros 18% não deram resposta.

GRÁFICO 04 – PERCEPÇÃO DA EXISTÊNCIA DE MUDANÇAS NA SOCIEDADE CAUSADAS POR AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



FONTE: dados da pesquisa de campo

A segunda parte da questão quatro, a justificativa da resposta, foi respondida por 18 alunos e categorizadas em 7 grupos conforme a tabela abaixo:

TABELA 06 – AS MUDANÇAS SOCIAIS E AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

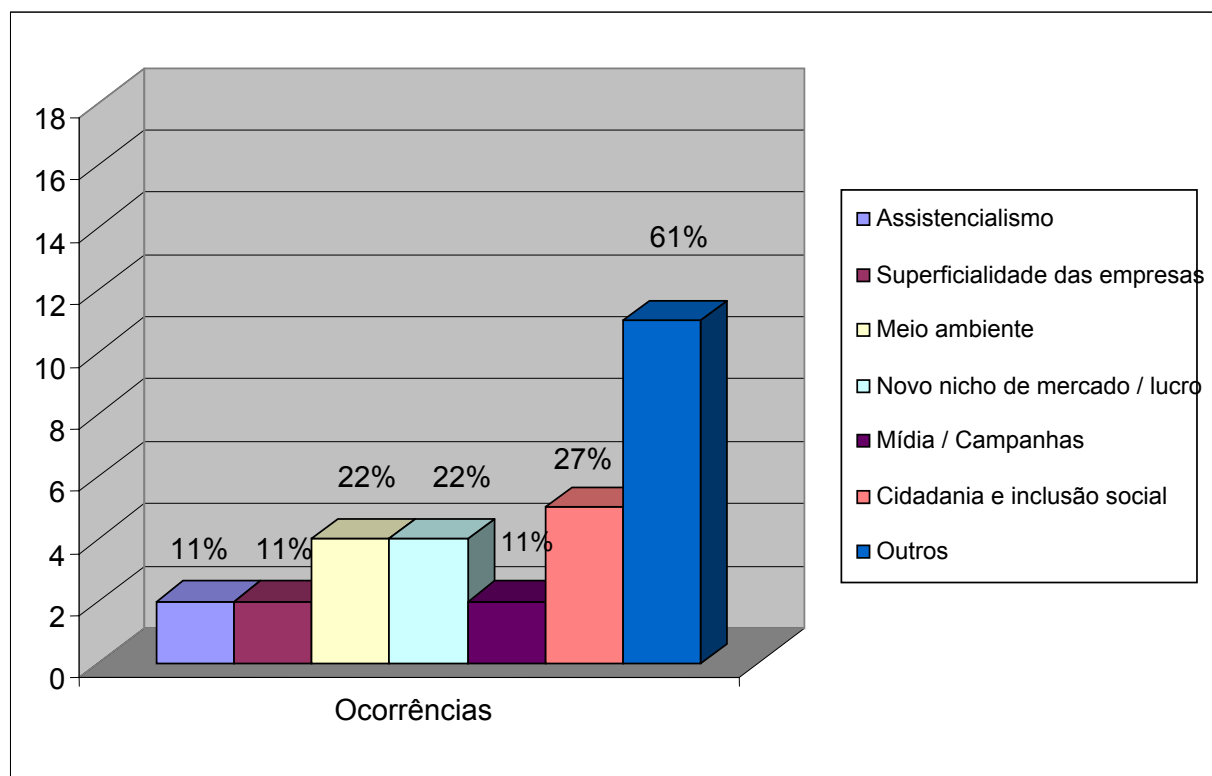
<b>Categorias de Respostas</b>	<b>Nº de Ocorrências</b>
Assistencialismo	2
Superficialidade das empresas	2
Meio ambiente	4
Novo nicho de mercado / lucro	4
Mídia / Campanhas	2
Cidadania e inclusão social	5
Outros	11

FONTE: dados da pesquisa de campo

Dos 18 alunos, 27% responderam que “cidadania e inclusão social” são as mudanças sociais causadas por ações de responsabilidade social. Duas parcelas de 22% respondeu que “meio ambiente” e “novo nicho de mercado / lucro” são as conseqüências

percebidas. Três grupos de 11% destacaram como efeitos “assistencialismo”, “superficialidade das empresas” e “mídia / campanhas”. Além destes, 61% elencaram outros fatores diversos não expressivos para serem categorizados.

GRÁFICO 05 – AS MUDANÇAS SOCIAIS E AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



FONTE: dados da pesquisa de campo

A categoria “cidadania e inclusão social” pode ser expressa nas seguintes contribuições:

- *Sim, pois eles ajudam a melhorar a qualidade de vida das pessoas e da sociedade em geral. (Entrevistado 3);*
- *Sim. Um dos maiores problemas que estamos vivendo, por falta de responsabilidade, é o aquecimento global. Administradores que só visaram os lucros e esqueceram de olhar a sua volta, não respeitaram a natureza e os limites do ser humano e hoje estão sujeitos a extinção. Outro aspecto que podemos observar é o crescimento da marginalidade, a violência, a*

*fome, o analfabetismo, são aspectos visíveis da falta de responsabilidade social. (Entrevistado 5);*

- *Sim. Através de trabalhos comunitários, ações sociais, cultura das pessoas o resgate da cidadania. (Entrevistado 10);*
- *... um grande número de participantes, individuais, voluntários que ajudam no manutenção e melhoria da vida em sociedade. (Entrevistado 12).*

Essa categoria foi a mais expressiva no que se refere à quantidade total de respostas. Além de ser numericamente o grupo mais representativo, considera-se como a mudança social mais importante para o entendimento ideal do que seja responsabilidade social (conforme abordado no referencial teórico). Melhoria de qualidade de vida; perpetuação da espécie humana; preocupação com problemas sociais como: violência, fome e analfabetismo; trabalhos comunitários; resgate cultural, foram componentes da importância da cidadania e inclusão social como fator de mudança provocados por ações de responsabilidade social.

O conceito de responsabilidade social inclui a noção de ética e cidadania nos negócios, pois a empresa deveria agir como um membro da sociedade, um próprio cidadão. Enfatiza também que entre os ingredientes essenciais da responsabilidade social inclui-se um determinado grau de voluntarismo em oposição à coerção, uma interação com outras organizações voluntárias e a aceitação de que certos custos estão envolvidos, embora sem a possibilidade de mensurar diretamente retornos econômicos. (SANTOS, 2005, p.3).

A responsabilidade social deve ser considerada num contexto gerencial, implicando uma postura pública diante dos recursos econômicos e humanos da sociedade e numa disposição de considerar aqueles recursos para uso com fins sociais mais amplos e não simplesmente para o estreito e circunscrito interesse de pessoas e empresas privadas (CARROLL, 1999).

A questão ambiental é retratada nas respostas abaixo:

- *Sim. Com certeza, percebemos que as empresas estão mais preocupadas em não poluir o meio-ambiente, cumprir a risca as ISOS... (Entrevistado 7);*

- *E ao meio ambiente muitas empresas estão se conscientizando quanto as suas responsabilidades para tentar não danificar a vida do ser humano. (Entrevistado 15).*

É fato que um dos principais aspectos abordados pelas empresas no que tange à responsabilidade social é a preocupação ambiental. Questiona-se, no entanto a efetividade de tais programas e ações empresariais, que muitas vezes tem caráter simbólico e atacam somente os sintomas, ou, as conseqüências provocadas pela degradação gerada pelas operações da própria empresa. Entende-se que a responsabilidade social visa garantir a sustentabilidade, e uma vez que o processo de degradação, não só no Brasil, mas em todos os países industrializados se encontra em estágio avançado, é necessário fazer mais que “a sua parte”, e destinar um olhar mais amplo a fim de buscar soluções para melhorar a condição ambiental abrangendo um nível local e global.

Novos segmentos de mercado afloram atualmente, os quais têm demonstrado uma preocupação maior com a preservação do meio ambiente e com as práticas sociais das empresas para com seus funcionários; além é claro de exigências legais que atuam como elementos de pressão sobre as empresas, para que respeitem os direitos legais de seus funcionários, bem como tenham participação mais efetiva e responsável na questão ambiental. Em se tratando de economias abertas e mercado globalizado, cresce a necessidade da gestão ambiental e responsabilidade social nas empresas (SOVINSKI, 2007).

As respostas da categoria “novo nicho de mercado / lucro” são expressas pelos seguintes exemplos:

- *Sim. Pois no mundo globalizado em que vivemos o grande nicho de mercado é a responsabilidade social, onde virou o grande foco dos empresários os quais viram na responsabilidade social uma maneira de ganhar dinheiro. (Entrevistado 4);*
- *Sim. As empresas que buscam trabalhar com responsabilidade social tem retorno garantido e incentivos pelo governo. (Entrevistado 6);*

- *Os resultados não são melhores devido a interesses de terceiros, que visam apenas se apropriar e se enriquecer ilicitamente, com os recursos que deveriam ser utilizados para melhoria das condições de vida da população. (Entrevistado 12).*

As duas primeiras respostas vão de encontro com o pensamento capitalista de que toda a oportunidade de lucro deve ser aproveitada e maximizada, desvirtuando completamente o sentido da responsabilidade social. Percebe-se que tal visão não é exclusiva do empresariado, mas que mesmo na formação acadêmica já existe esse discurso. Cabe às instituições de ensino superior trabalhar em duas frentes: primeiramente proporcionar um processo de ensino-aprendizagem focado em conhecimentos que expressem o sentido genuíno de responsabilidade social. Por outro lado, que identifique a deturpação do conceito e corrija tais discrepâncias, para que futuramente o mercado de trabalho tenha profissionais com postura ética na relação empresa-sociedade, tendo consciência de que nem todas as situações são oportunidades de negócio.

A manutenção de uma política de responsabilidade social é vantajosa para as empresas por gerar novas oportunidades de negócios, um marketing social bastante favorável, e ganhos de competitividade através da certificação ambiental que a diferenciará positivamente de sua concorrente, tudo isso gerando um maior lucro. (...) Observa-se, inclusive, que muitos consumidores preferem pagar mais caro por uma melhor qualidade social e ambiental nos produtos e serviços, o que abre um nicho de mercado bastante lucrativo para as empresas que buscam excelência em sua responsabilidade social. (SANTOS, 2003, p.39).

A citação anterior exemplifica e reforça uma visão corrente de que a responsabilidade social deve ser agregada como marketing social, a fim de abrir novas frentes de mercado e reforçar a marca da empresa, com o objetivo único de maximização da produtividade e dos lucros. Dessa forma, mostrando a total incompreensão da importância do papel social da empresa e de sua relação com o meio em que está inserida.

O item “assistencialismo” tem como exemplos a respostas abaixo:

- *Não. Porque o que temos hoje são trabalhos de assistencialismo... (...) E infelizmente a comunidade se acostumou a receber “esmolas” e se mostra dura para promover uma mudança de atitude que poderia mudar a vida de muita gente. (Entrevistado 1);*
- *Não, porque além da reintegração social, ainda falta dar continuidade as ações. (Entrevistado 20).*

Novamente percebem-se características neoliberais, em que são realizadas ações isoladas e compensatórias, não contribuindo para a transformação social e a emancipação dos sujeitos. As medidas de responsabilidade social de caráter estrutural devem fornecer possibilidades de que o cidadão construa meios autônomos de reprodução de sua existência, e não o mero recebimento de um auxílio paliativo, que ao cessar o benefício, volta-se à condição anterior.

A despeito do que ainda pensam representantes da classe política, é preciso ampliar o espectro e pensar a assistência social sem cultivar o assistencialismo. O mesmo raciocínio se aplica ao mundo corporativo. Ações que refletem a consciência de cada profissional vão além do que empresas socialmente responsáveis podem fazer para diminuir a desigualdade de classes. A responsabilidade social empresarial é hoje questão de estratégia. (AFRAS, 2007).

A categoria “superficialidade das empresas” é representada pelas contribuições que seguem abaixo:

- *...as empresas não vão a fundo para resolver de vez o problema da comunidade / meio ambiente. Pois a solução esta muito distante do que uma empresa pode pensar um tentar fazer. (Entrevistado 1);*
- *Há um movimento muito grande em prol da responsabilidade social, porém parcela pequena deste resulta em ações concretas. (...) As empresas utilizam também deste recurso, como plataforma de marketing, visando unicamente o lucro. Repassam à sociedade, uma imagem irreal, que não reflete a verdadeira identidade de seus propósitos. (Entrevistado 12);*

Essa questão se relaciona diretamente com a anterior, ações assistencialistas são também superficiais e paliativas. É fundamental também considerar o caráter mercadológico que grande parte das empresas dão para os seus projetos de responsabilidade social, em que o real objetivo da empresa é passar uma imagem positiva para seus clientes, a fim de que esses tenham a consciência limpa para continuar consumindo os produtos de tal organização. O comentário acima de que o problema é muito maior do que uma organização isoladamente pode imaginar, denota a necessidade de que as ações empresariais sejam, antes de mais nada, efetivas, e que na medida do possível se complementem.

A última categoria a ser analisada, é “mídia / campanhas” e pode ser representada pelas seguintes respostas:

- *... podemos presenciar as várias campanhas promovidas pelos grandes empresários. (Entrevistado 4);*
- *As pessoas estão mais orientadas, com isso o meio de comunicação faz a diferença, e a cobrança para as empresas é maior. (Entrevistado 6);*
- *... campanhas educativas e comunitárias. (Entrevistado 9);*
- *Sim! Através de campanhas sérias pelos meios de comunicação, visando trazer a sociedade a se envolver cada vez mais, fazendo com que todos consigam ser respeitada, incentivadas e acima de tudo buscar alternativas de melhorias para a população. (Entrevistado 13).*

O principal meio utilizado pelas corporações para transformar a responsabilidade social em uma ferramenta de *marketing*, agregando valor aos produtos e serviços, é utilizando as mídias de massa a fim de promover uma imagem positiva da empresa que a relacione à inclusão social, proteção do meio ambiente, etc, vendendo para o cliente a ilusão de estar participando na promoção do bem comum. É preciso destacar que as campanhas têm uma função reconhecidamente importante nos planos de responsabilidade social das empresas, mas não podem ser

a única ação implementada, devem fazer parte de um conjunto de medidas. Frequentemente tais campanhas consomem mais recursos do que a implementação do plano em si.

Cotidianamente, a mídia tem veiculado com grande destaque, notícias de que algumas empresas estão recebendo honrarias e prêmios por serem consideradas “empresas-cidadãs”, sendo, o mote das premiações, sempre: *não estarem elas explorando mão de obra infantil, ou estarem fazendo gestões ambientais a compensar agressões anteriormente feitas à natureza e, especialmente me chamou a atenção o fato de se dar este grande realce por estarem cumprindo a legislação fiscal e tributária.* (RESENDE, 2005, p.44).

Novamente a questão dos “mínimos” ressurge no debate da atuação responsável da empresa. O mero cumprimento da legislação e a restituição dos danos causados pela própria empresa não podem ser considerados em sua essência ações de responsabilidade social, tratando-se de uma visão reducionista e ligada somente às obrigações da empresa.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A hipótese inicial da pesquisa era de que no Brasil a responsabilidade social não é encarada pela sociedade nem pelo empresariado como uma necessidade de melhorar as condições de vida social e até mesmo como fator de sobrevivência, mas como uma ferramenta mercadológica, conduzida com o predomínio do objetivo publicitário de fortalecimento de imagem das empresas, a qual se confirmou ao final da pesquisa.

Não existe uma consciência coletiva por parte da sociedade (com exceção de uma minoria) quanto à responsabilidade social, desse modo não há cobrança suficiente para influenciar a forma superficial e mercantilista como grande parte das empresas e demais organizações se utilizam desse tema. Não havendo esta consciência seria necessária uma cobrança social, para uma ação responsável por parte do empresariado e da própria sociedade, pois mesmo sendo uma necessidade global, no Brasil ainda não se tem um real interesse acerca da extensão dos danos causados pelo homem no convívio com o meio e até mesmo entre si, e os problemas existentes não são entendidos como geradores de necessidades no que tange a ações responsáveis.

Tais problemas e necessidades não são localizados e característicos do Brasil, as demandas são globais, com peculiaridades inerentes a cada região. O que é diferente entre a sociedade brasileira e sociedades européias e norte americanas, dentre outras ditas desenvolvidas, é que os problemas existentes despertaram nessas sociedades o interesse e a necessidade de uma cobrança mais ativa por ações responsáveis.

Em suma, problemas existem em todos os lugares, portanto a necessidade é global. O que muda é o entendimento que cada sociedade tem do assunto. A educação, inserida nesse contexto, tem papel protagonista na formação e conscientização dos cidadãos. Tem o poder e acima de tudo o dever de promover questões e fomentar os debates para um amadurecimento social quanto ao assunto.

Sabe-se que o mau uso dos conceitos de responsabilidade social, que por sua vez não gera nada além de vantagens mercadológicas e uma errônea percepção por parte da sociedade, que entende como “bonzinho” quem assim procede, é mais um problema a ser combatido pelas políticas sociais, principalmente a educacional. A utilização da responsabilidade social como uma marca, um *slogan* ou meramente um apelo comercial para atrair a clientela é inaceitável em nossos dias, considerando os problemas de ordem social e ambiental que afligem o Brasil, e de forma geral o mundo. Não se pode mais aceitar uma sociedade que não tenha em sua maioria cidadãos críticos, capazes de escolherem o que querem consumir, de quem querem comprar, quem deve decidir o que é bom para a sua família e para sua comunidade.

Tais questões motivaram o estudo e levaram a definição dos objetivos do trabalho: analisar como a responsabilidade social é trabalhada na formação do profissional de administração de empresas e mais especificamente: identificar como as Políticas Educacionais tratam a questão da responsabilidade social na formação do profissional em Administração de Empresas; verificar em que termos a responsabilidade social é abordada no âmbito dos cursos de Administração de Empresas e; investigar a compreensão dos alunos do curso de Administração de Empresas sobre a responsabilidade social.

Constatou-se a partir da análise documental das políticas relacionadas ao curso de Administração de Empresas e da pesquisa de campo realizada no curso de Administração de Empresas de uma IES privada, os seguintes aspectos:

- As Políticas Educacionais para o curso de Administração de Empresas, especificamente a LDB 9.394/96, as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Administração de Empresas, o SINAES (Lei nº10.861/2004), além de outros projetos governamentais deixam evidente a relevância da responsabilidade social, porém tratam a questão, em termos práticos, na

legislação educacional e na formação do profissional em Administração de Empresas, de maneira vaga e superficial;

- Verificou-se que a responsabilidade social é abordada no Curso de Administração de Empresas estudado, conforme descrição dos alunos, com foco mercadológico, visando a maximização de lucros e o fortalecimento da marca da empresa, e que o sentido ligado à sustentabilidade é sobrepujado nos conteúdos e discussões pela visão capitalista da utilidade da responsabilidade social por parte das empresas;
- Percebeu-se que os alunos do curso de Administração de Empresas compreendem a responsabilidade social em seu sentido genuíno e conseguem identificar os desvios provocados pela sua utilização como ferramenta de marketing, ou seja, os educandos não ignoram essa abordagem e até mesmo questionam essa desvirtualização do conceito de responsabilidade social.

Cabe indicar que a presente pesquisa possui algumas limitações, uma vez que, ao delinear-se uma amostra e um contexto de investigação, abordam-se particularidades do universo pesquisado. Destacam-se aqui as especificidades da amostra selecionada, em que os alunos apresentam faixa etária mais elevada e experiência profissional mais expressiva do que a média identificada em cursos de graduação, tornando essa amostra um contexto particular e otimizado de análise.

O estudo gerou, também, novos questionamentos que poderão ser abordados em trabalhos futuros. Um dos questionamentos levantados a partir da pesquisa na IES estudada é o de verificar o reflexo prático dos conhecimentos acadêmicos, da referida amostra, na atuação profissional e social dos administradores de empresa.

Novas práticas administrativas são instituídas constantemente pelas mais diversas lideranças empresariais englobando discursos sobre: o respeito pelo ser humano; a preocupação com a preservação ambiental; a responsabilidade social; a

prática da cidadania e a construção de uma sociedade global mais responsável e humanizada. Tais práticas são transmitidas à população como resultado de um processo de mudança necessário nos pressupostos da Administração de Empresas, porém a realidade mostra que muitas vezes a predominância de certas ações tem como finalidade apenas agregar valor à imagem da organização. Para a maioria das empresas, a justificativa interna recai freqüentemente nos aspectos econômicos ligados à concorrência e ao lucro, como pretexto para adoção de ações responsáveis, viabilizando o discurso de responsabilidade social, que de outro modo seria indesejável para os objetivos capitalistas.

A formação dos alunos mostra-se indiferente ao cenário de desigualdade e desequilíbrio na qual a Universidade está inserida, ou pelo menos não tem se mostrado eficiente na formação de indivíduos capazes de contribuir para a transformação desse quadro. A preparação para atuação profissional parece ter como foco apenas o lado profissional do aluno em formação, isso pode ser percebido na medida em que é sabido que existem disciplinas com o objetivo de fazer emergir as questões de ordem social, mas essas têm uma importância mínima no currículo e até mesmo na responsabilidade que representam para os alunos. Ao longo do curso as discussões geradas nessas disciplinas como Filosofia e Sociologia, por exemplo, acabam sendo engolidas pelo foco mercadológico, que é a tônica da formação ofertada pelo curso. Trabalham-se muito as questões técnicas, a mensagem passada é a da extrema competitividade entre profissionais, empresas e mercados, o discurso para a ação é o da eficácia, melhoria dos resultados (não se sabe ao certo a que custo), adaptação às constantes transformações geradas pelas mudanças incessantes no mercado, enfim, os princípios, valores e objetivos são predominantemente mercadológicos.

No âmbito acadêmico, o processo de formação de cidadãos conscientes e responsáveis, no contexto neoliberal e globalizado, torna-se cada vez mais árduo.

Considerando-se que globalização e neoliberalismo estão intimamente relacionados com o modo de produção capitalista vigente, que tem como um de seus objetivos a maximização dos lucros por meio do consumo em massa, padroniza-se e homogeneízam-se hábitos e comportamentos em todas as esferas do convívio social. Tais práticas têm como impacto negativo o crescente abismo social entre grupos dominantes e dominados, e entre produtores e consumidores de tecnologia, artefatos, ideologias e cultura.

Nessa conjuntura, o reconhecimento das diferenças, visando reforçar, reconhecer e conservar as diversas culturas, além de identificar e possibilitar acesso aos grupos excluídos dos direitos sociais torna-se cada vez mais difícil, pois o consumo de produtos e da própria cultura dominante de forma massificada torna o diferente cada vez mais igual.

Um dos importantes objetivos que devem permear a formação do administrador de empresas, de forma a possibilitar a inclusão social, é desenvolver um projeto pedagógico que consiga identificar qual a comunidade que estará sendo atendida por suas ações. Desse modo, possibilitando uma reflexão nesse grupo, no sentido de resgatar e valorizar os seus costumes, não desconsiderando o contexto gerado pela massificação, mas acompanhando o progresso sem descaracterizar-se e tornar-se similar ao estereotipo do modelo social vigente. A busca pelo padrão degrada grupos sociais gerando pré-conceito e desrespeito não somente entre elementos de grupos diferentes, mas também de elementos de um mesmo grupo, que provavelmente não se percebe mais como indivíduo pertencente àquela comunidade, o que conseqüentemente facilitará atitudes preconceituosas e aumento da exclusão imposta por grupos dominantes, impossibilitando assim a prática da responsabilidade social.

Diante dessas demandas, reforça-se a idéia do dever de todo cidadão em combater os desequilíbrios e a exclusão, primeiramente sociais, que por sua vez geram

outros desequilíbrios no sistema, como os fatores ambientais, culturais, econômicos e políticos, acentuados pelo abismo social existente no país, para que a construção de novos conhecimentos não se torne fator de aumento das desigualdades.

As políticas públicas devem estar diretamente ligadas aos problemas sociais, bem como às possíveis soluções. É justamente nesse espaço, o das políticas públicas, que a sociedade deve encorpar-se e fazer valer os seus direitos. Para cada instância do Estado é fundamental a participação social por meio dos profissionais atuantes ligados direta ou indiretamente a ela. As políticas educacionais devem ter em sua elaboração, como representantes da sociedade, os profissionais da área da educação, defendendo ativamente a construção de políticas que compreendam e estejam adequadas aos problemas brasileiros.

É fundamental, para se iniciar qualquer análise referente aos rumos que devem ser dados à educação, que as políticas educacionais, e em geral todas as políticas sociais, desvinculem-se da ideologia neoliberal e possuam uma intenção realmente de caráter social. As áreas da saúde, habitação, saneamento básico, educação, entre outras, não devem ter políticas originadas de divergências de interesses entre grupos que visam unicamente o acúmulo de capital. Mantendo-se essa conjuntura as políticas sociais permanecerão sendo elaboradas de forma incompleta, no sentido de não serem aproveitadas em todas as suas possibilidades, sendo subordinadas às políticas econômicas, induzidas para cumprir expectativas de órgãos internacionais, não havendo preocupação com a qualidade, mas somente com a quantidade, porque o necessário nessas barganhas é a produção de números, ou seja, políticas sociais de fachada.

A fim de vislumbrar horizontes diferentes dos atuais, é necessário entender que a relação de dependência entre o plano social e o econômico, no que concerne a disponibilização de recursos para a implementação das políticas deve romper com a visão neoliberal de extinção dos direitos sociais, que os transforma em produtos a

serem comercializados pela iniciativa privada. O escopo do debate não está em valorizar as políticas sociais em detrimento das econômicas, mas em alcançar o equilíbrio entre ambas. Equilíbrio este que tem sido historicamente inatingível em um modo de produção que exalta a racionalidade econômica, sufocando as tentativas de superação da exclusão social. Sabe-se que o desenvolvimento econômico e a produção não podem parar, mas nos moldes do capitalismo de acumulação flexível vê-se a impossibilidade da implementação de políticas sociais justas e igualitárias, inviabilizando a materialização da responsabilidade social genuína.

Para que ocorra transformação nas políticas sociais, em busca da prática coletiva da responsabilidade social, pontuam-se três aspectos básicos para a construção de novos horizontes das políticas sociais, com base em Saviani (1998):

- Aumento dos recursos monetários e humanos no âmbito social objetivando o equilíbrio com a área econômica, a fim de possibilitar a ampliação do poder de barganha da sociedade sobre o Estado, por meio de uma conscientização coletiva e integração dos movimentos populares.
- Oposição veemente às tentativas de privatização da política social, exigindo que o Estado seja responsável pelos serviços públicos mantendo a eficiência e idoneidade. Tal oposição justifica-se pelo fato de que a queda na qualidade e o sucateamento dos serviços públicos viabilizam a expansão da iniciativa privada, diminuindo o acesso aos serviços mantidos pelo Estado.
- Não condicionamento da política social aos resultados econômicos, dimensionando os investimentos em função das necessidades de atendimento. Não se pode desconsiderar a dependência do desempenho da economia, considerando que os recursos são gerados nesse âmbito, cabe, porém ao Estado alocar os recursos conforme as prioridades definidas de acordo com as necessidades sociais, sem haver a condição de que para investir na área social deve haver apenas o êxito nos resultados econômicos.

A educação deve participar desse compromisso de todos os envolvidos com a educação, defendendo não somente a política educacional, mas o conjunto das políticas sociais. Se fazem necessários pleitos pela garantia do ensino público e gratuito e a reivindicação por mais verbas para a educação são aspectos que valorizam a política social em relação à política econômica.

A responsabilidade social surge nesse contexto de lutas e reivindicações como mais um fator a aliar-se às batalhas na busca da garantia dos direitos sociais, da dignidade e da igualdade. As idéias expostas acima são simultaneamente práticas de cidadãos responsáveis, e base para que esses argumentos se materializem, ou que ao menos não sejam perdidos como palavras ao vento, na tentativa de promover políticas sociais adequadas às necessidades da sociedade brasileira.

A responsabilidade social deve estar presente em todos os atos praticados, não se limitando às organizações e corporações, mas principalmente na individualidade. O processo de conscientização e atuação responsável deve partir do individual para o coletivo, pois todos têm o dever de proteger a vida por meio de ações responsáveis. Sustentabilidade só se conquista com responsabilidade, portanto, responsabilidade significa sobrevivência.

## REFERÊNCIAS

ABAD, Francisco. **La empresa que viene: responsabilidad y acción social en la empresa del futuro**. Madrid: Fundación Empresa y Sociedad, 2001.

ABRAMO, Perseu. **Natureza e impacto do modelo neoliberal**. 1º Encontro Americano pela Humanidade e contra o Neoliberalismo. Chiapas –México: 1996.

ADVB. **Top Social**. Disponível em: [www.advbfm.org.br](http://www.advbfm.org.br) Acesso em: 30 Abril 2007.

AFRAS (Associação Franquia Solidária). **Investimento social, muito além do assistencialismo**. Acesso em: 16 Março 2007. Disponível em: [www.franquiasolidaria.com.br](http://www.franquiasolidaria.com.br)

AMOROSO, Sérgio. **Responsabilidade Social: menos marketing e mais ações**. São Paulo: Valor, 2003.

ANDERSON, Pierre; SADER, Emir; GENTILI, Pablo. **Pós-Neoliberalismo: As Políticas Sociais e o Estado Democrático**. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

ANDRADE, Adriana; ROSSETTI, José Paschoal. **Governança Corporativa: fundamentos, desenvolvimento e tendências**. São Paulo: Atlas, 2004.

ARAGÃO, Sueli Duarte. **A responsabilidade social das empresas consideradas nas decisoes de crédito por bancos de desenvolvimento no Estado de Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 2000.

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

ARENDT, Hannah. **A crise na educação: entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 1961.

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO PARANÁ. **Casem – Conselho de Ação Social Empresarial da ACP**. Disponível em: [www.acp.org.br](http://www.acp.org.br) Acesso em: 30 abril 2007.

AZEVEDO, Janete Maria Lins. **A educação como política pública**. 2ª ed. Campinas: Autores Associados, 2001.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de inflação**. Volume 7, número 3.

BARBOSA, Eduardo Fernandes. **Instrumentos de Coleta de Dados em Pesquisa**. Belo Horizonte: CEFET-MG, 1999.

BAUER, Ruben. **Gestão da mudança: caos e complexidade nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BAWB. **Business as an Agent of World Benefit**. Disponível em: [www.bawb.org.br](http://www.bawb.org.br)  
Acesso em: 30 abril 2007.

BOGDAN, R.; BIKLEN, Sari A. **Qualitative research for education**. Boston: Allyn & Bacon, 1982.

BONETI, Lindomar W. **Políticas Públicas, Educação e Exclusão Social**. In: (Cord.) Educação, Exclusão e Cidadania. 3ed. \_ljiui: Editora UNIJUI, 2003.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente, Ministério de Educação e Cultura. **Conferência Nacional de Educação Ambiental**. Brasília, DF, 1997.

BRASIL. Ministério da Educação e da Cultura. **Parecer CNE/CES 146/2002**: Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Administração. Brasília: MEC, 03 abr. 2002.

BRASIL. Ministério da Educação e da Cultura. **Parecer CNE/CP 3/2002**: Propõe a inserção da disciplina Responsabilidade Social e Ambiental nos Currículos dos Ensinos Médio e Superior. Brasília: MEC/CNE, 28 jan. 2002.

BRASIL. Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei nº 10.861, de 14 de Abril de 2004. **Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES)**. Brasília, 2004.

BRASIL. Ministério da Educação e da Cultura. **Novo Projeto Rondon terá edital ainda em outubro**. Brasília: MEC, 07 out. 2004. Disponível em: [www.mec.gov.br](http://www.mec.gov.br).

BRUNDTLAND, Grö Harlem. **Nosso Futuro Comum**. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

CALDERÓN, Adolfo Ignacio. **Responsabilidade Social: Desafios à gestão universitária**. São Paulo: FUNADESP, 2005.

CARROLL, A. B. Corporate Social Responsibility. **Business and Society Review**, v.38, n.3, p.268-295, set./1999.

CHAUÍ, Marilena. **Escritos sobre a universidade**. São Paulo: Editora UNESP, 2001.

CHEIBUB, Zairo B.; LOCKE, Richard M. **Valores ou interesses? Reflexões sobre a responsabilidade social das empresas**. Departamento de Ciência Política, UFF, 2001.

COMTEXTO. **Responsabilidade Social**. Disponível em: [www.comtexto.com.br](http://www.comtexto.com.br)  
Acesso em: 02 Maio 2007.

CSR EUROPE. **CSR Europe**. Disponível em: [www.csreurope.org](http://www.csreurope.org) Acesso em: 04 maio 2007.

DAMKE, Elói; SOUZA, Queila Regina. **Responsabilidade Social e Estratégia Internacional**: pressupostos teóricos e diretrizes para a atuação de multinacionais em países em desenvolvimento. UNIETHOS, 2004.

DAVIS, Keith. Five propositions for social responsibility. **Business Horizons**, vol. 18, n. 3, p. 19-24. London: 1975.

DEMO, Pedro. **Política social, educação e cidadania**. São Paulo: Papyrus, 1996. BRASIL. Ministério da Educação e da Cultura. **Lei de Diretrizes de Bases da Educação Nacional**, Lei nº 9.394/96. Brasília: MEC, 20 dez. 1996.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1986.

DIAS SOBRINHO, José. **Dilemas da educação superior no mundo globalizado**. São Paulo: Casa do psicólogo, 2006.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. São Paulo: Atlas, 1995.

ECO-FINANÇAS. **WBCSD - World Business Council for Sustainable Development**. Disponível em: [www.ef.Amazonia.org.br](http://www.ef.Amazonia.org.br) Acesso Em: 02 Maio 2007.

ERIKSON, F. **Métodos cualitativos de investigación sobre la enseñanza**. Barcelona: Paidós, 1989.

EUROPEAN COMMISSION. **Catálogo de Publicações**. Disponível em: [ec.europa.eu](http://ec.europa.eu) Acesso em: 04 maio 2007.

FALEIROS, Vicente de Paula. **A política social do Estado capitalista**. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2000.

FERNANDES, Ângela. **A responsabilidade social e a contribuição das relações públicas**. XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, 2000.

FRANCESCHI, Antonio de (et al.). **Marketing cultural**: um investimento com qualidade. São Paulo: Informações Culturais, 1998.

FRIGOTTO, Gaudêncio. **Globalização e Crise do Emprego**: Mistificações e Perspectivas da Formação Técnico-Profissional. Boletim Técnico do SENAC, v.25, n.2, mai-ago/1999.

GUEDES, Pedro Henrique. **O que são políticas públicas?** Goiânia: YBNews, 2005.

GRAJEW, Oded. Entrevista realizada por Maria Amalia Bernardi. **Você S.A.**, set. 1999.

HARTLEY, Jean F. Case studies in organizational research. In: CASSELL, Catherine; SYMON, Gillian. **Qualitative methods in organizational research**: a practical guide. London: Sage, 1994.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 9ed. São Paulo: Loyola, 2000.

HATZ, Maria Cristina. **Crítérios essenciais à implantação da Social Accountability (AS) 8000**: um estudo de caso. Florianópolis: UFSC, 2001.

IBM. **Associações de Responsabilidade Social**. Disponível em: [www.-5.ibm.com](http://www.-5.ibm.com)  
Acesso em: 02 maio 2007.

ICONS. Conferência Internacional sobre Indicadores de Desenvolvimento Sustentável e Qualidade de Vida. **Sustentabilidade e qualidade de vida**: conceitos relacionados. Curitiba, 2003.

IDIS. Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social. **Links interessantes**. Disponível em: [idis.org.br](http://idis.org.br) Acesso em: 02 maio 2007.

INSTITUTO ETHOS. **Como as empresas podem implementar programas de voluntariado**. São Paulo, 2001. 121p.

INSTITUTO ETHOS. **Global Compact**. Disponível em: [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br) Acesso em: 02 maio 2007.

IPD. **Instituto de Promoção do Desenvolvimento**. Disponível em: [www.ipd.org.br](http://www.ipd.org.br)  
Acesso em: 30 abril 2007.

KANITZ, Stephen. **Os dez mandamentos da responsabilidade social**. Disponível em: [www.filantropia.org/artigos](http://www.filantropia.org/artigos) Acesso em 01 maio 2007.

KUENZER, Acácia Z. As mudanças no mundo do trabalho e a educação: novos desafios para a gestão. In: Naura S. C. Ferreira. (Org.). **Gestão Democrática da educação**: atuais tendências, novos desafios para a gestão. 5ª ed. São Paulo, 2005, p. 33-57.

LEÃO, Manuel. **A Responsabilidade Social da Empresa e a Formação**. Portugal: PRONACI, AEP, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **O crepúsculo do dever**: a ética indolor dos novos tempos democráticos. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1994.

LIMA, Gustavo Ferreira da Costa. **Sustentabilidade e Educação**: Possibilidade e falácias de um discurso. João Pessoa: UFPB, 2003.

LUDKE, M.; ANDRÉ, Marli E.D.A. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

MARKETING BEST. **Marketing Best Responsabilidade Social**. Disponível em: [www.marketingbest.com.br](http://www.marketingbest.com.br) Acesso em 30 abril 2007.

MARTINELLI, Antônio Carlos. **Empresa Cidadã: uma visão inovadora para uma ação transformadora.** In: IOSCHPE, Evelyn Berg (Org.) 3º Setor: Desenvolvimento social sustentado. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997. p. 81-88.

MICHAELIS. **Moderno dicionário da língua portuguesa.** São Paulo: Melhoramentos, 1998.

MONTEIRO, Carlos. **Inovação na sala de aula: formação para o mercado ou para a vida?** São Paulo: Trama, 2006.

MOREIRA, Antonio Flavio Barbosa. **Currículo: questões atuais.** Campinas: Papirus, 2005.

MOREIRA, Antonio Flavio Barbosa. **Currículos e programas sociais no Brasil.** Campinas: Papirus, 2006.

MORIN, Edgar; MOIGNE, Jean-Louis. **A inteligência da complexidade.** São Paulo: Petrópolis, 2000.

PARRA, Marcelo Fernando López. **A responsabilidade social como uma das políticas que legitima a gestão pública.** Panamá: VIII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, p.28-31 Oct./2003.

PAVA, M. L. The talmudic concept of beyond the letter of the law: Relevance to business social responsibilities. **Journal of Business Ethics**, vol. 15, n. 9, setembro, 1996.

POULANTZAS, Nicos. **O Estado, o Poder, o Socialismo.** 4.ed. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

REED, Darryl. The realms of corporate responsibility: Distinguishing legitimacy, morality and ethics, **Journal of Business Ethics**, vol.21, n.1, agosto/1999.

RESENDE, Tomás de Aquino. **Responsabilidade Social ou Propaganda Irresponsável?** Belo Horizonte: Centro de Apoio Operacional das Promotorias de Tutela de Fundações de Minas Gerais, 2005.

RIBEIRO, Maisa de Souza; LISBOA, Lázaro Plácido. Balanço Social. **Revista Brasileira de Contabilidade**, número 115, Brasília, jan./fev.1999.

SALLUM, Brasílio. Metamorfoses do Estado brasileiro no final do século XX. **Revista brasileira de Ciências Sociais**, v.18, n.52, São Paulo, Jun./2003.

SANTOMÉ, Jurjo Torres. **Globalização e interdisciplinaridade: o currículo integrado.** Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul Ltda., 1998.

SANTOS, Mário Augusto dos. **Empresas, Meio Ambiente e Responsabilidade Social.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2003

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A universidade do século XXI: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade.** São Paulo: Cortez, 2004.

SANTOS, Rubens Batista. **Relação entre Responsabilidade Social Corporativa e Identidade de Marca: uma Abordagem Ética.** Brasília: ACS, 2005.

SAUVÉ, Lucie. **Educação ambiental e desenvolvimento sustentável: uma análise complexa.** Revista de Educação Pública, Mato Grosso: UFMT, vol 6, nº 10, p.72-103, jul-dez, 1997.

SAVIANI, Dermeval. **Da nova LDB ao novo plano nacional de Educação: por uma outra política educacional.** Campinas: Autores Associados, 1998.

SILVA, Marina. **Desenvolvimento sustentável é inclusão social.** Revista Novae, dez 2003.

SOVINSKI, Marcos. **O novo perfil do administrador frente à responsabilidade social das empresas.** Disponível em: <[www.administradores.com.br](http://www.administradores.com.br)>. Acesso em: 03 mar 2007.

SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura e ética nas organizações.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

STERLING, Stephen. **Sustainable education: re-visioning learning and change.** Bristol, UK: Green Books, 2001.

TILBURY, Daniella. **Environmental education for sustainability in Europe: philosophy into practice.** Environmental Education and Information, Salford, UK, vol. 16, nº 2, p.123-140,1996.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais.** São Paulo: Atlas, 1987.

WEBER, M. **Ciência e Política.** São Paulo: Cultrix, 1968.

VEIGA, Ilma Passos A. **Projeto Político-pedagógico da escola.** Campinas: Papyrus, 1995.

VICENTE, Maximiliano Martín. **Novos comportamentos das indústrias na época da globalização: ocultando o capital.** Barcelona: Contrageografías, 2004.

VOLPI, Marina Tazón. **A universidade e sua responsabilidade social.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 1996.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

## **ANEXO A – QUESTIONÁRIO**

O questionário abaixo destina-se à obtenção de dados para pesquisa de Mestrado em Educação da PUCPR. As informações coletadas terão aplicação estritamente para fins acadêmicos.

Idade:\_\_\_\_ Sexo: M ( ) F ( )

Atua no mercado de trabalho? Não ( ) Sim ( ) – há quanto tempo?\_\_\_\_\_

Cargo/Função:\_\_\_\_\_

Departamento:\_\_\_\_\_

Tempo de empresa:\_\_\_\_\_ Ramo de atividade da empresa:\_\_\_\_\_

1) Baseando-se nos conhecimentos adquiridos durante a sua formação no curso de Administração de Empresas, conceitue responsabilidade social:

2) Qual a importância da responsabilidade social na atuação profissional do administrador de empresas?

3) Elenque, por ordem de importância, as três disciplinas que mais abordaram o tema “responsabilidade social”, e os principais aspectos abordados por cada uma delas.

DISCIPLINA	ASPECTOS ABORDADOS

4) É possível perceber mudanças na sociedade causadas por ações de responsabilidade social? Justifique sua resposta.