

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e a Educação

Juliana Fontoura Pires Prosdossimo - UTFPR

Laíze Márcia Porto Alegre - UTFPR

RESUMO

Inclusão social, responsabilidade sócio-ambiental e desenvolvimento sustentável são assuntos constantemente discutidos atualmente, mas o entendimento da sociedade ainda é aquém do desejado. Este trabalho apresenta reflexões sobre o papel da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), sua relação com a educação e o papel da escola no processo de desenvolvimento local. Busca-se focar a responsabilidade tanto da instituição de ensino, por ser co-responsável por formar cidadãos capazes de transformar a realidade de um país, quanto da empresa, por ser esta a instituição hegemônica dos tempos atuais. Através da participação ativa dos atores, tem-se a oportunidade de desenvolver uma cultura de inclusão que poderá atingir resultados consistentes. Uma das grandes oportunidades de criação de tal parceria é o desenvolvimento do Projeto Político Pedagógico de uma instituição de ensino, que permitirá implantar uma gestão democrática e participativa. Neste processo é desejado o envolvimento de todos os públicos que direta ou indiretamente tenham interesses ou sejam impactados pela escola. No projeto político pedagógico poderão ser abordados temas que visam à construção da tão buscada sustentabilidade social, econômica e ambiental.

PALAVRAS-CHAVE

Responsabilidade Social Empresarial, Projeto Político Pedagógico, Sustentabilidade.

ABSTRACT

Social and environmental responsibility is an issue frequently discussed nowadays, but the real understanding of the concept is far from the ideal. This paper presents some arguments about the role played by the corporate social responsibility and the education in the mutual construction of local development. The focus is on the construction of an inclusion culture based on the school and the business organizations. One main opportunity for this goal is the development of the Pedagogical Politic Project of the educational institution, which allows the implementation of a democratic and participative management. The stakeholders are involved and the issues may contribute to the construction of a future social, economical and environmental sustainability.

KEY WORDS

Corporate Social Responsibility, Pedagogical Politic Project, Sustainability.

INTRODUÇÃO

Nos diversos canais de comunicação disponíveis à nossa sociedade globalizada pode-se perceber que amplamente se discute a inclusão social, a responsabilidade sócio-ambiental e o desenvolvimento sustentável. Apesar de bastante comentados e discutidos, os assuntos, tão pertinentes à realidade brasileira quanto as questões educacionais, ainda não são suficientemente compreendidos pela maioria dos brasileiros. São entendimentos diversos e divergentes percepções, que acabam por trazer à tona a necessidade de uma melhor definição de papéis. Todos os setores da sociedade têm sua parcela de responsabilidade nestas questões. Tal afirmação conduz ao questionamento: qual a atitude a assumir e as ações que cada ator social deve realizar? Em suma, qual é o papel da Responsabilidade Social Empresarial (RSE)? E qual é o papel da escola no processo de desenvolvimento local?

Um ponto parece ser consenso geral: o movimento em direção à sustentabilidade é irreversível. Cresce substancialmente a percepção da responsabilidade dos países neste assunto, pois, devido a determinadas práticas comprovadamente impactantes, como por exemplo legislações ambientais fracas e deficientes e regras socialmente discriminatórias, o restante do planeta padece.

Gradativamente a conscientização das pessoas avança, e reforçando este ponto, pode ser citado o fato de que já há informações disponíveis em Internet sobre o nível de impacto individual que o cidadão causa ao meio ambiente.

O aquecimento global passou de ameaça distante à uma realidade aterradora: a humanidade está sendo sim atingida pelos seus danos, sendo o duplo sentido intencional (danos do aquecimento e danos da humanidade). Não mais o problema pertence às futuras gerações, os comportamentos e hábitos humanos no recém iniciado século 21 arrancaram o problema do futuro próximo arremessando-o violentamente aos dias de hoje. É preciso agir e agir agora. É preciso uma mudança de cultura imediata. É preciso conhecimento. É preciso informação. É preciso participação dos envolvidos, isto é, de todos.

Porém, para começar a responder as questões, é importante analisar três pontos: a responsabilidade crucial da empresa, a atuação determinante da escola e o papel decisivo dos grupos interessados. A empresa, por seu poder de influência e por sua posição estratégica nos desígnios das políticas globais. A escola, por ser um ambiente fértil e propício para a disseminação de inovação e mudança de cultura. Os grupos interessados, pela importância de seu envolvimento e participação em todo e qualquer projeto que vise o atingimento de bons resultados.

Desta maneira, a reflexão sobre os questionamentos (as ações dos atores sociais, a razão da existência da RSE e o que se espera da instituição de ensino) tornar-se-á mais ampla e mais profunda, e a oportunidade aberta pela elaboração do projeto político pedagógico será mais facilmente compreendida.

A RESPONSABILIDADE DA EMPRESA

O segundo setor, isto é, as empresas privadas, estão despertando para a urgência da implementação de uma gestão socialmente responsável, não mais priorizando apenas a manutenção e expansão de sua participação de mercado (UNIETHOS, 2004a). O cliente dessas organizações está cada vez mais consciente de seu papel e mostra intolerância com empresas não éticas, agressoras do meio ambiente e negligentes com a exclusão e os problemas sociais. (UNIETHOS, 2004b). As empresas precisam, além de consolidar a percepção de serem éticas e politicamente corretas, participar efetivamente da inclusão social das comunidades onde estão inseridas, liderando a construção de uma cultura de sustentabilidade no país. As empresas têm o compromisso com sua cadeia produtiva e seus colaboradores de permanecerem rentáveis, mas devem sê-lo através do lucro responsável. Esta é a nova percepção do consumidor brasileiro.

E por que a empresa sofre essa pressão? Por ser o núcleo poderoso em torno do qual gravita e estrutura-se a atividade econômica atual, no chamado mundo globalizado. A empresa hoje é a instituição hegemônica, influencia tendências e determina comportamentos (SANTOS, 2003). Desta forma, a empresa atual pode e deve utilizar seu poder para influenciar todos os seus públicos, seus clientes, parceiros e colaboradores para a obtenção de um compromisso sério de desenvolvimento, sendo um agente transformador da realidade. Este compromisso visa a sustentabilidade social, econômica e ambiental, a chamada “Triple Bottom Line”, conforme definição do Relatório Brundtland da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (MONTIBELLER-FILHO, 2001). Espera-se que a empresa deixe de priorizar ações de curto prazo, na maioria das vezes assistencialistas e oportunistas, para desenvolver uma cultura de gestão de responsabilidade, que requer planejamento de médio e longo prazo, criando em torno de si uma forma de consciência continuada. As empresas assumiriam o papel de agentes de mudanças, transformando positivamente a realidade de seu entorno.

A questão crucial é que a maioria das empresas ainda não está preparada para enfrentar as conseqüências de uma mudança de tal magnitude na gestão empresarial. Em verdade, a própria sociedade, que seria a maior interessada nas mudanças, ainda está aprendendo. Aprende a conhecer melhor suas reais necessidades, a não aceitar a falta de ética empresarial, a mudar seu comportamento como cliente e consumidor, a aceitar e compreender sua própria parcela de responsabilidade e a conscientizar-se de que sua participação efetiva precisa ocorrer. Assim como a sociedade está em processo de aprendizado, as empresas, por outro lado, não conseguem perceber ao certo como atender esta nova realidade. Esta situação, em um primeiro momento, reflete-se para o empresariado como incremento de custo em curto prazo, aumento da burocracia dos processos, demanda de revisão de procedimentos já consolidados, atendimento sem exceções à legislação (sobretudo a trabalhista), obrigatoriedade do respeito à questão ambiental e, por fim, necessidade de estabelecer melhores interação e comunicação com os públicos. Em vista de todos estes “deveres”, torna-se mais e mais difícil a adesão voluntária das empresas. Contraditoriamente também se torna evidente que o tempo das organizações existem apenas e somente para dar lucro a seus acionistas está chegando ao fim.

A miopia empresarial advém da dificuldade de percepção dos ganhos potenciais. Atendo-se apenas às questões financeiras: as ações de empresas socialmente responsáveis em bolsa de valores e mercado de capitais contam com uma valorização de cerca de 30 % em relação a ações de empresas que não apresentam esta preocupação.

Tais empresas atraem maiores investimentos, estabelecem parcerias mais facilmente e criam em torno de si a imagem de empresas cidadãs, obtendo reconhecimento do governo e provocando ações de simpatia e boa vontade por parte da sociedade. São empresas que zelam por sua imagem, pelos seus funcionários, têm preocupação com os impactos que causam ao meio ambiente e cultivam boas relações, seja com o governo, com os fornecedores ou com a concorrência. São empresas que tomaram a dianteira do processo e decidiram fazer algo em retribuição aos resultados obtidos por sua atividade. O lucro, não pequeno, de tais empresas existe sim, e é chamado de lucro sustentável.

A empresa deverá incluir a RSE no processo de planejamento estratégico. A preocupação com a gestão responsável deverá estar refletida em sua missão e em seus valores. É desejável que a empresa realize uma etapa inicial para diagnóstico, que tem por objetivo traçar o perfil da empresa e seu posicionamento atual em relação à RSE. Na sequência, serão identificadas as linhas de ação para a incorporação da cultura socialmente responsável. Esta etapa dará origem a diversos planos de ação e indicadores de resultados desejados. Norteando as ações com este enfoque, a empresa conseguirá inspirar seus públicos a agir em prol da sustentabilidade.

A empresa detém, portanto, as condições ideais para se comprometer efetivamente com a transformação da sociedade. Tem poder econômico, exerce influências decisivas, sofre pressão de seu cliente, além de receber incentivos fiscais do governo para desenvolver ações que visam a ação social.

O PAPEL DA ESCOLA

A escola, por sua vez, tem o potencial de ser um dos principais canais para a consolidação da gestão responsável na sociedade brasileira. A escola, através do ensino e de práticas pedagógicas eficazes tem o poder de fornecer subsídios para a formação crítica de gerações, fornecer instrumentos melhores para aqueles que pela sua atuação na realidade social, poderão efetivamente construir uma realidade diferente para o país (MELLO, 1991). Através da escola, será possível reunir grupos de características diversas e interesses semelhantes em prol de um objetivo muito maior que é a sustentabilidade social e ambiental.

Uma outra evidência que torna a escola a parceira ideal no desenvolvimento da RSE é o fomento à geração de conhecimento e inovação. Apesar de o aprendizado e a geração de conhecimento não estarem presentes só na instituição de ensino mas também na realidade pessoal vivenciada por diversos setores da atividade humana, é esperado que na escola os professores incentivem a participação, compartilhem conhecimento, envolvam-se com a melhoria das aplicações desses conhecimentos, promovendo a interação com os alunos e fazendo-os evoluir continuamente.

Por um lado, temos a escola privada com um poder econômico razoável e rede de relacionamentos baseada em lógica de mercado. Parcerias são estabelecidas tendo em vista negociação de interesses ou simplesmente frente à remuneração de uma das partes. Torna-se muito mais fácil propor projetos, pois a escola privada poderá disponibilizar recursos próprios para sustentá-lo, ao menos em sua fase inicial. Pelo outro lado, entretanto, a escola pública geralmente padece com os escassos recursos que recebe. Assim, precisa descobrir alternativas criativas e de baixos custos para conseguir cumprir pelo menos seus propósitos básicos.

Apesar do reduzido orçamento disponível, são muitas as expectativas da comunidade em relação à atuação da escola. A instituição que consegue realizar mais ações do que as essenciais ou meramente esperadas, já é merecedora de grande reconhecimento pelo notável feito. Tendo em vista esta situação, deduz-se que é preciso buscar parcerias para cumprir propósitos maiores. É necessário reunir esforços de forma a concentrar recursos financeiros, equipes de trabalho e inteligências em prol de projetos que visem a sustentabilidade social e ambiental. Identificar os potenciais parceiros é um dos primeiros passos a seguir, e para isso a escola deverá, assim como a empresa, tentar encontrar pessoas ou instituições que tenham em comum estes interesses e façam parte de um grupo especial, os *stakeholders*.

GRUPOS DE INTERESSE: STAKEHOLDERS

Toda instituição causa impactos, exerce e sofre influência de determinados grupos. Tais grupos de interesse, (que deste ponto em diante serão referenciados como *stakeholders* UNIETHOS, 2002), representam os públicos envolvidos e impactados direta ou indiretamente na atividade em questão.

Em uma empresa, o grupo de *stakeholders* será formado pelos acionistas, pelo público interno (funcionários próprios e terceiros), pelos fornecedores, pelos parceiros de negócio, pelos concorrentes, pelos clientes, pelo governo, pela comunidade do entorno e pelo meio ambiente. Parece razoável supor que esta lista tende a ser muito maior e de fato o é. São muitos os públicos impactados pela empresa, porém aqui foram designados os mais óbvios. Todos eles, em diferentes momentos e em maior ou menor grau, influenciarão os rumos da gestão empresarial responsável.

Ao considerar uma instituição de ensino, também identificam-se *stakeholders* que terão papel essencial na definição dos rumos educacionais futuros. Toma-se como exemplo: os alunos, os professores, os outros colaboradores da escola, as outras instituições de ensino, as empresas da região, a comunidade do entorno, as associações de bairros, o governo, as organizações não governamentais ou OSCIPs, o meio ambiente. Também, a exemplo do que foi explanado em relação à empresa, existem muitos outros grupos.

Ao citar os *stakeholders* da empresa e da escola, pode-se notar que muitos dos públicos impactam **ambas** as instituições.

Fomenta-se a colaboração de todos estes atores, como forma de garantir uma discussão ampla e repleta de significado, objetivando a construção de uma proposta de gestão participativa. Nas instituições de ensino esta preocupação é essencial, pois a escola acompanhará o indivíduo nos seus anos de obtenção de conhecimento, de formação de caráter e consciência crítica, e de preparação para a atuação profissional. A educação não obrigatoriamente ocorre em um lugar determinado, ela pode ocorrer em muitos lugares simultaneamente, pois são muitos e diversos os agentes educativos (GHANEM, 2003). Assim, de acordo com esta afirmação, em todas as relações humanas é possível haver influências e aprendizados. Os alunos precisam ter oportunidades de se desenvolver de forma ampla, aprender conceitos como sustentabilidade, diversidade, ética, participação, e o mais importante: precisam vivenciá-los. Para tanto, os responsáveis pela gestão da escola devem buscar exemplos e parcerias em seus *stakeholders*, para que coloquem ao alcance dos alunos estas oportunidades.

As instituições de ensino e empresas podem realizar uma parceria produtiva, através do desenvolvimento conjunto de projetos que fomentem a inclusão social e que visem, a longo prazo, a sustentabilidade social, econômica e ambiental. Conforme a Agenda 21 Brasileira (MMA, 2004), para que as propostas estratégicas de desenvolvimento sustentável sejam executadas, é imprescindível que o nível de consciência ambiental e de educação para a sustentabilidade avance. O envolvimento de jovens de recursos escassos em programas de inclusão social e capacitação, possibilita que exemplos de sucesso e prosperidade existam em comunidades desassistidas. Criar-se-ia, desta forma, uma cultura de responsabilidade junto a esses indivíduos que teria reflexos positivos em seus próprios *stakeholders*, isto é, suas famílias, seus amigos e suas comunidades. Posteriormente, quando economicamente ativos, poderiam influenciar positivamente as práticas adotadas em suas empresas. Tal “ciclo virtuoso” (UNIETHOS, 2002), seria perpetuado a partir do momento em que estes jovens repassassem esta cultura a seus filhos.

PROJETO POLÍTICO PEDAGÓGICO

Uma das principais oportunidades que a escola tem de envolver seus *stakeholders* é durante a elaboração do Projeto Político Pedagógico (PPP). Peça chave do planejamento educacional e elemento indispensável para a gestão da escola, a elaboração do PPP pode ser entendida como um processo coletivo de construção, isto é, um compromisso coletivo (BETINI 2005). Enfim, o PPP é o rumo para as ações da escola. Para que o projeto cumpra com seu objetivo, os elaboradores devem sempre ter em mente a realidade que circunda a escola, no âmbito político, econômico e social, sem negligenciar fatores como exclusão social, desemprego, ausência de políticas públicas e escassez de recursos.

Através do projeto político pedagógico, os *stakeholders* poderão participar de uma verdadeira vivência democrática, exercendo também sua cidadania (ALEGRE, 2006).

A elaboração do PPP pode, em muitos aspectos, ser comparada ao processo de desenvolvimento do planejamento estratégico de uma empresa. Devem estar claros a missão da escola, seus objetivos, suas metas, os recursos necessários, as pessoas envolvidas. Da mesma forma que acontece em uma empresa, quanto maior a participação dos envolvidos, mais comprometidos com suas responsabilidades eles estarão e mais próximo da realidade estará o projeto.

Há uma série de itens que devem existir para que a elaboração do PPP seja bem sucedida, entre eles a garantia de um processo participativo e envolvimento efetivo dos *stakeholders*, a existência de valores comuns e sonhos coletivos e a predisposição ao diálogo e à partilha de poder. Os envolvidos se sentem “donos” do projeto e este sentimento de responsabilidade fará com que a participação seja genuinamente ativa. A gestão será mais democrática quanto maior o número de implicados nos processos decidirem sobre eles.

Porém, como elaborar um PPP atuante na área da RSE que envolva escola, empresa e os seus *stakeholders*? As palavras chaves são inclusão e participação. Em grande parte a gestão escolar torna-se muito similar à gestão empresarial e diversos elementos estarão presentes quando da elaboração do Projeto Político Pedagógico. Conforme já discutido, as empresas estão incorporando os conceitos de RSE em sua gestão. Ao incentivar a participação das empresas do entorno da escola na elaboração do seu projeto político pedagógico, tais empresas poderão estabelecer parcerias para incluir as escolas em seu próprio programa de RSE. Também a escola poderá utilizar esta parceria para criar, desenvolver e promover as suas ações. Uma das primeiras responsabilidades do grupo de trabalho que será criado é desenvolver ou utilizar uma ferramenta de diagnóstico, que terá como objetivo clarear a situação da escola e da empresa em relação ao contexto atual da sociedade.

Especialmente em relação à RSE, serão então identificadas as linhas de ação que poderão ser seguidas, respeitando sempre a vocação natural das organizações. Como exemplo: o diagnóstico poderá evidenciar que o meio ambiente é uma linha de ação natural tanto para a escola quanto para as empresas parceiras. Poderão ser desenvolvidos projetos de educação e conscientização ambiental, aproveitamento de resíduos, reciclagem e transformação de lixo, utilizando como equipe de trabalho os alunos e seus familiares e um time de voluntários das empresas. O diagnóstico também poderá apontar em outro caminho, ressaltando que a área de inclusão digital, por exemplo, é a questão que está de acordo com as características da empresa (empresas de tecnologia, comunicação e telecomunicações) e as necessidades da escola ou comunidade. Os projetos, nesta linha, terão um viés voltado à utilização e adoção de tecnologia e poderão incluir aulas de informática, uso ético do computador e da internet, ferramentas básicas para aumento da empregabilidade, entre muitos outros exemplos. É possível que sejam identificadas várias linhas de ação paralelas e o grupo deverá decidir se todas podem ser seguidas ou se alguma linha em determinado momento será priorizada.

Após o diagnóstico, o grupo poderá definir, por exemplo, os objetivos, plano de metas, os recursos necessários e disponíveis, ONGs/OSCIPs envolvidas, as responsabilidades de cada participante, plano de investimentos e captação de recursos (infraestrutura, capacitação, incentivos fiscais) os resultados desejados e os indicadores de controle e performance. O Projeto Político Pedagógico é um instrumento de orientação política e organizacional das ações institucionais, e sempre deverá ser reavaliado para que seja possível identificar oportunidades de melhoria e de atualização frente às constantes mudanças e evoluções promovidas pela sociedade atual (FREITAS, 2004).

A construção do PPP, portanto, é um processo dinâmico, em constante evolução e transformação. O ganho para a sociedade poderá começar a ser mensurado através dos primeiros resultados alcançados por esta importante mudança de cultura: o sucesso do projeto com a participação ativa da escola, da empresa e dos seus respectivos *stakeholders*.

Exemplo dos objetivos de um Projeto Político Pedagógico – UERN (FREITAS, 2004):

- Geração, transmissão e disseminação de conhecimento em alto nível de qualidade e equidade.
- Valorização do ser humano, da cultura e do saber.
- Promoção da formação humanista do cidadão com a capacidade crítica frente à sociedade e ao Estado.
- Promoção do desenvolvimento científico, tecnológico, econômico, social, artístico e cultural.
- Conservação e difusão de valores éticos e de liberdade, igualdade e democracia.
- Estímulo à solidariedade humana na construção da sociedade e na estruturação do mundo da vida e do trabalho.
- Educação para a conservação, preservação e proteção da natureza e do meio ambiente.
- Criação de condições para a transformação da realidade visando à justiça social e ao desenvolvimento auto-sustentável.

CONSIDERAÇÕES

A Responsabilidade Sócio-Ambiental está conquistando crescente importância mas o entendimento da questão pela sociedade ainda está aquém do desejado. Faz-se necessário uma definição mais clara de papéis e a conscientização de que todos têm seu grau de responsabilidade. A implantação de uma gestão socialmente responsável envolve mudanças culturais e sociais profundas. É necessário o envolvimento e a participação ativa dos *stakeholders*, o público direta ou indiretamente impactado/interessado, no processo de criar, implementar e manter esta forma de gestão, seja ela no âmbito empresarial ou educacional.

Foca-se em dois dos mais importantes atores do cenário econômico e cultural brasileiro atual: a empresa e a escola. A empresa é a instituição hegemônica por excelência, detém o controle e o poder econômicos e seu território de influência no mundo globalizado é cada vez mais amplo. Dita os rumos da economia, movimentando mercados, gera empregos, demanda pessoal capacitado, provê produtos e serviços, orienta ações governamentais. As instituições de ensino, por sua vez, são produtoras de conhecimento e este saber é a semente que pode gerar grandes transformações na sociedade brasileira, nos contextos histórico, sócio-econômico, político e ambiental. A escola é a entidade que acompanhará o indivíduo nos seus anos de formação de consciência crítica.

Estas perspectivas permitem visualizar as potencialidades de uma parceria entre empresa e escola, o que virá de encontro à necessidade de inclusão e educação continuada das comunidades. Tal parceria poderá ser efetivada através do desenvolvimento conjunto de projetos que fomentem a responsabilidade sócio-ambiental e que visem, a longo prazo, a sustentabilidade social, econômica e ambiental. Conforme a Agenda 21 Brasileira (MMA, 2004), para que as propostas estratégicas de desenvolvimento sustentável sejam executadas, é imprescindível que o nível de consciência ambiental e de educação para a sustentabilidade avance. O desenvolvimento sustentável só começará a ser realidade quando as desigualdades da sociedade forem minimizadas, possibilitando a criação de oportunidades acessíveis para todos.

O engajamento dos *stakeholders* - os grupos de interesse que são impactados – é de essencial importância, pois para que a discussão seja ampla e profunda deve ser levado em consideração o posicionamento de todos os envolvidos nas ações (“Gestão Participativa”).

O processo de criação do Projeto Político Pedagógico é uma das grandes oportunidades que a escola tem de envolver seus *stakeholders* e de estabelecer uma parceria com as empresas de seu entorno. Durante a construção deste projeto, o diálogo entre as partes poderá promover a inclusão de propósitos como o da sustentabilidade e o da responsabilidade sócio-ambiental. Porém ainda há um longo caminho a percorrer para que estas questões estejam de fato incorporadas à gestão empresarial e à gestão escolar. Os primeiros passos estão sendo inicializados.

REFERÊNCIAS

ALEGRE, Laíze Márcia Porto. **Projeto Político Pedagógico**. Disciplina Processos Pedagógicos e Formação Tecnológica. UTFPR. Curitiba:2007.

BASTOS, João Augusto. (1997) **Educação e Tecnologia**. Revista Educação & Tecnologia. [on-line] Curitiba, CEFET-PR. Volume 1, nº 1, julho, [cited 26 august 2004], pp 05-29. Disponível em: www.ppgte.cefetpr.br/revista/vol1/art1.htm. Acessado em Outubro de 2005.

BETINI, Geraldo Antonio. **A Construção do Projeto Político-Pedagógico da Escola**. EDUC@ção – Revista Pedagógica. UNIPINHAL, Espírito Santo do Pinhal: 2005.

FREITAS, Ieda Araújo Chaves. **O Projeto Político Pedagógico da UERN e seu Compromisso Social**. Conferência no Seminário Temático de Extensão. UERN: 2004.

GHANEM, Elie. **O que Pode Significar a Gestão da Educação**. Videtur, Porto, n.20, p.19-22, 2003.

MELLO, Guiomar Namó e SILVA, Rose. **A Gestão e a autonomia da escola nas novas propostas de políticas educativas para a América Latina**. Seminário “La gestión pedagógica de los planteles escolares: prácticas, problemas y perspectivas analíticas”. UNAN, México: 1991.

MMA - Ministério do Meio Ambiente. **Agenda 21 Brasileira - Ações Prioritárias**. Disponível em: www.mma.gov.br/index.cfm?id_estrutura=18&id_conteudo=915. Acessado em Outubro de 2005.

MONTIBELLER-FILHO, Gilberto. **O mito do desenvolvimento sustentável: Meio ambiente e custos sociais no moderno sistema produtor de mercadorias**. Editora UFSC, Florianópolis: 2001.

SANTOS, Antonio R. dos. **A hegemonia institucional, a responsabilidade social e o compromisso ético da organização produtiva**. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) PPGEP – UFSC. Florianópolis: 2003.

UNIETHOS Educação para a Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável. **Percepção do Consumidor Brasileiro – Pesquisa 2004**. Disponível em: www.uniethos.org.br/Uniethos/Documents/pesq_consum2004.pdf. 2004 (a). Acessado em Outubro de 2005.

UNIETHOS Educação para a Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável. **Descobrimo o consumidor consciente: uma nova visão da realidade brasileira**. Disponível em www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/Pesquisa_Descobrimo_o_Consumidor_Consciente_uma_nova_visao_da_realidade_brasileira.pdf. 2004 (b). Acessado em Dezembro de 2005.

UNIETHOS Educação para a Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável. **Criando Valor – o Business Case para Sustentabilidade em Mercados Emergentes (Sumário)**. Disponível em www.internethos.org.br/_Internethos/Documents/CartCriandoValor2aEd.pdf. 2002. Acessado em Junho de 2008.