

MARKETING SOCIOAMBIENTAL: A ADMINISTRAÇÃO SE DESENVOLVENDO COM RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL.

Prof. Dout. Marcelo Pereira Marujo - PPGEd – UFRN - FACNEC

Prof Dr. Isauro Beltrán Núñez - PPGEd – UFRN

Profª. Ms. Lidiane Estevam Lima Marujo – PPGEd – UFRN

Graduanda em Administração: Fabrícia Mileipp da Silva - FACNEC

RESUMO: Este estudo mostra a importância do Marketing para se repensar a questão ambiental. O ambiente está em perigo; portanto, se faz necessário rever nossos conceitos sobre a preservação do planeta. O marketing, sim, é capaz de contribuir para a promoção da normatização representativa de uma tendência socioambiental. Nessa dimensão, temos como objetivo desta pesquisa reverenciar o marketing Socioambiental como proposição contemporânea para promover o desenvolvimento sustentável. A pesquisa-ação e observacional foram as propostas metodológicas para obtenção dos meios necessários; mas, não suficientes para a fundamentação da mesma. Dessa forma, os resultados apresentam o quanto o marketing tem poder de promoção e convencimento; não obstante, da mesma forma mostra uma temática – ambiental - assaz fragilizada e inconsistente. Dentro do exposto, a conclusão do estudo se converge na relevância do marketing socioambiental como uma proposição de grande amplitude como alternativa para promover a responsabilidade socioambiental.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing Socioambiental – Desenvolvimento Sustentável – Responsabilidade Socioambiental.

SOCIOENVIRONMENTAL MARKETING: THE DEVELOPMENT OF THE ADMINISTRATION WITH SOCIOENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY.

ABSTRACT: This study shows the importance of the marketing to rethink the environmental question. The environment is in danger. Therefore it is necessary to review our concepts about the preservation of the planet. The marketing, yes, it is capable to contribute for the promotion of the representative establishment of norms of a socioenvironmental tendency. In this dimension, we have as objective of this research to reverence the socioenvironmental marketing as a contemporary proposition to promote the sustainable development. The action and observational research was the methodological suggestion for obtaining the necessary ways; but, not enough to support them. That way, the results show how the marketing has power of promotion and convincing; despite, the same way presents a thematic – environmental – enough weak and inconsistent. Inside of the exposed, the conclusion of the study converges into the relevance of the socioenvironmental marketing as a wide proposition as alternative to promote the socioenvironmental responsibility.

KEY-WORDS: Socioenvironmental Marketing – Sustainable Development – Socioenvironmental Responsibility.

INTRODUÇÃO

A Sustentabilidade neste estudo fundamentada no ensino do Marketing é entendida como uma necessidade temática emergente da sociedade contemporânea. E o desenvolvimento humano, da mesma forma, será desenvolvido como uma temática complexa. Sabemos que a inter-relação das referidas proposições é assaz suscetível, não obstante, não é impossível de entendimento.

A questão ambiental deve ser redefinida e identificada, especialmente, pelo estilo de vida e pelos padrões de consumo das sociedades afluentes. Esta temática, mediante de sua eloquência global vem permeando as políticas ambientais modernas e, por conseguinte, se torna uma das precípuas vertentes na busca da sustentabilidade.

Doravante, também consideramos procedente evidenciar que o desenvolvimento humano será trabalhado como uma função transformadora para perpetuar a espécie humana. Pois, esta proposta de perenidade não pode, em hipótese alguma, estar dissociada do desenvolvimento na perspectiva da Sustentabilidade.

A conscientização restrita da sociedade contemporânea intrínseca às implicações do modelo de desenvolvimento político, social e ambiental em curso denota o quanto o entendimento necessita ser empreendido a fim de mostrar a importância da preservação ambiental.

Dentro das exposições, propomos uma formação docente mais profissionalizada no concernente ao ensino do Marketing e, conseqüentemente, mais preparada para lidar com a temática – sustentabilidade - de forma mais flexível e integrada às dimensões políticas, sociais e ambientais (VEIGA, 2007).

A formação e a profissionalização docente do graduando em administração, em especial, na disciplina de marketing vem sendo reordenada numa dimensão internacional com a finalidade de atender uma demanda cada vez mais exigente de ensino, a qual vem associando às necessidades de repensar uma vida mais ambientável. Daí, a necessidade da graduação em administração promover uma formação mais focada num ensino pautado na sustentabilidade.

Sob outra prisma, sabemos que esta dimensão ambiental complexa vivenciada na modernidade se relaciona à chamada terceira revolução industrial originada pelo incontrolável avanço da tecnologia intrínseca à indústria, a qual proporcionou uma evolução sem precedentes da produção; mas, tal crescimento não se preocupava com o meio ambiente (CHIAVENATO, 2007). Não obstante, a formação do administrador vem sofrendo com uma formação docente frágil e suscetível quando se relaciona a temáticas emergentes como a sustentabilidade que, necessariamente, transcende e integra as ciências. Assim, o administrador vem perdendo cada vez mais campo de atuação dentro da própria empresa para profissionais de outras áreas. Portanto, consideramos importante que o administrador do século XXI tenha um conhecimento mais ampliado das ciências.

Portanto, consideramos que o ensino da administração quando pensando o marketing como fenômeno humano seja repensado na sua integridade transdisciplinar com finalidade social, ambiental e, também, econômica. Ademais, nessa dimensão a sustentabilidade deve servir de base para nortear e agregar valores à formação do administrador moderno.

PROBLEMÁTICA

A problemática ambiental reflete a percepção de que o volume de impactos destrutivos gerados pela ação antrópica (do homem) sobre os ecossistemas tem-se ampliado a horizontes de longo prazo, de modo a repensar as atuais formas de desenvolvimento, tanto neoliberais como social-democratas, favorecendo uma internalização efetiva do meio ambiente, enquanto recursos naturais, espaço e qualidade do **habitat**, para que se transcenda a preocupação por suas repercussões no plano puramente biofísico, como também no processo de intercâmbio, entre fatores geobiofísicos e socioculturais (SAMPAIO, 2007, p. 21).

A administração vem interagindo problêmicamente com a necessidade de se buscar a sustentabilidade, em especial, quando do surgimento da conscientização planetária das ameaças embutidas no projeto de civilização tecnológica - explosão demográfica da pobreza, industrialização poluente e uso predatório de recursos naturais – no final da era neoclássica.

A questão da sustentabilidade é, indubitavelmente, uma necessidade dos sistemas educacionais atuais. Pois, o problema está na ineficiência destas instituições promoverem uma capacitação formativa que atendam a sociedade global. O professorado, de modo geral, não está preparado para desenvolver nos graduandos tal visão sustentável. Embora, torna-se procedente evidenciar que estes profissionais, quando nas suas respectivas formações, não foram formados/preparados nessa perspectiva para atenderem este tipo de formação atual (JACOBI, 2007).

A degradação ambiental está incontável e isto é fato; logo, ações das agências formadoras devem se converter em estratégias capazes de proporcionar uma maneira de se repensar como proceder mudanças ambientais com a finalidade de contribuir para uma sociedade sustentável.

Os docente e graduandos, em especial, dos cursos de administração vêm se mostrando acessíveis para desenvolverem-se na perspectiva da sustentabilidade, todavia, as instituições diante dos seus projetos políticos pedagógicos ainda carecem de integração disciplinar a fim de atender tal demanda.

A administração, de certo modo, vem sendo planejada e desenvolvida como uma atividade organizacional tipicamente econômica; entretanto, atualmente por uma necessidade de sobrevivência tal planejamento deve ser pautado numa atividade econômica, sim, mas que também esteja integrada com a sustentabilidade e a responsabilidade socioambiental (ROBBINS, 2006).

Ademais, acreditamos que a maior problemática possa estar no dualismo – Humano x Indústria – como na citação Portilho (2005, p. 74):

O próprio corpo humano nas sociedades ditas **pós-industriais** sofre uma mutação: de corpo-ferramenta (deformado pelas linhas de montagem, músculo e força para dar impulso ao sistema de produção) para corpo-consumidor (**livre** para ser estetizado, vestido, moldado e medicalizado, cuja missão é comprar e digerir toda a produção de bens e serviços). Instala-se, em seu interior,

uma **epifania do objeto**, em que sua natureza corpórea, tal como a conhecemos, está em vias de desaparecimento.

Diante das proposições anteriores, sabemos que a atual necessidade de conscientização se converte na finalidade de direcionar as discussões a fim de tentar se reverter as problemáticas atuais. Portanto, é inquestionável que o consenso se centra em problemas diversificados, todavia, a proveniência se converge sempre na mesma base: o modelo economicista. Em fim, temos por certo que o desenvolvimento econômico deve continuar a existir; porém, deve estar integrado com o crescimento das expressivas variantes: social e ambiental.

CATEGORIAS TEÓRICAS

Nesta etapa da investigação, numa perspectiva mais voltada para formação e a profissionalização docente apresentaremos a Crença, as Necessidades, a Formação e a Profissionalização como proposições teóricas e conceituais imprescindíveis para a melhor formação do professorado em consonância com as necessidades do ensino na dimensão da sustentabilidade.

CRENÇAS: As Crenças são idéias básicas para toda ciência. A crença é a possibilidade de constituição das ciências sociais. Todo sistema racional tem por base crenças que tem como objetivo propor sentidos ao pensamento. A importância das crenças dos formadores dentro de uma cultura, a qual abrange a cultura educacional e as respectivas instituições, se faz importante quando integrada a cultura geral. Conhecer as crenças é muito interessante para refletirmos sobre o que elas interferem no contexto educacional formal e, ainda, esse conhecimento proporciona para os formadores a possibilidade de julgarem, decidirem; enfim, viverem as suas práticas pedagógicas em consonância com as necessidades tanto dos graduandos quanto da sociedade moderna. Dessa forma, apreender as crenças dos graduandos e docentes nos proporcionam conhecer as bases para a realização do seu fazer-pedagógico, o qual é considerado como uma forma rica de investigação no campo educativo. Além disso, buscar conhecer as crenças é levar em consideração que a complexidade do trabalho pedagógico não se limita às teorias; mas, olhar como elementos, como a afetividade, a intuição, a história pessoal e profissional contribuem para a elaboração identitária desse profissional (NÚÑEZ; RAMALHO, 2004; NÚÑEZ; MARUJO; NÚÑEZ, 2008).

NECESSIDADES: A necessidade é uma palavra polissêmica, marcada pela ambigüidade. Assim, consideramos que necessidade é um conceito polimorfo que adapta diferentes acepções segundo seu uso pelos educadores, sociólogos, economistas, trabalhadores sociais, etc. Pois, uma necessidade é instituída pela discrepância que se produz “entre a forma como as coisas deveriam ser (exigências), poderiam ser (necessidades de desenvolvimento) ou gostaríamos que fossem (necessidades individualizadas) e a forma como essas coisas são de fato”. A diferença entre o estado atual de desenvolvimento e o estado desejado dentre outros fatores determina a necessidade. O conceito de necessidade no(a) professor(a) como algo útil, imprescindível num momento dado, desejável, ligado a valores, que parte de experiências anteriores, definem a procura de algo que falta para poder, conscientemente, fazer o trabalho docente com maior profissionalismo. Estas necessidades são individuais e/ou coletivas, o que permite dirigir a formação do professorado nesse sentido. As necessidades docentes têm sua origem na prática,

assim que, como categoria norteadora, faz-se necessário pesquisar a prática do(a) professor(a), seu cotidiano na sala de aula e na escola na qualidade de profissional e pessoa que ele é. Pois, os estudos das necessidades estão vinculadas aos estudos dos interesses dos professores. Esse vínculo, por vezes, é necessário ser construído, na dinâmica do aparecimento de novos interesses. Os conhecimentos que têm os professores, como consequência de suas diferentes concepções, não são só resultado do elemento cognitivo, mas também são de seus interesses como indivíduos que pertencem a um grupo social. Nesse sentido, um Programa Formativo se deve iniciar a partir da pesquisa das necessidades no contexto da atividade profissional dos professores (NÚÑEZ; RAMALHO, 2004).

FORMAÇÃO: A formação representa o desenvolvimento social do indivíduo, especialmente, quando essa trajetória urge da reflexividade intrínseca às teorias diversas sempre na intenção de agregar valores ao sujeito como profissional e, em especial, como ser humano. Nessa objetivação, consideramos fundamental a constante inter-relação com novas informações, porquanto acreditamos que uma formação contemporânea necessita de uma revisão contínua de concepções. A formação é a constituição do processo contínuo de construção da identidade profissional. Assim sendo, a construção de conhecimentos considera a aprendizagem como necessária e relevante para a construção contínua de conhecimentos, ou seja, possibilita se trabalhar as Crenças, mediante uma estratégia dialética, de forma criativa, crítica e bastante reflexiva (RAMALHO; NÚÑEZ; GAUTHIER, 2003; NÚÑEZ; RAMALHO, 2004; MARCELO GARCÍA, 1999).

PROFISSIONALIZAÇÃO: A profissionalização é entendida como um desenvolvimento sistemático da profissão, fundamentada na prática e na mobilização/atualização de conhecimentos especializados e no aperfeiçoamento das competências para a atividade profissional. É um processo não apenas de racionalização de conhecimentos, e sim de crescimento na perspectiva do desenvolvimento profissional (NÚÑEZ; RAMALHO, 2004). Além deste conceito geral apresentaremos a profissionalização em suas distintas dimensões: um interno, que constitui a Profissionalidade e o outro externo, que é o Profissionalismo:

PROFISSIONALIDADE: A profissionalidade é uma das dimensões da Profissionalização. Esta tem seu processo externo que é profissionalismo e o seu processo interno que é a profissionalidade. Portanto, apresentaremos a profissionalidade, a qual prioriza a reconstrução de competências e saberes necessários para o desenvolvimento das atividades profissionais relativas à docência. Ainda, a construção de novos conhecimentos e competências que estão atreladas às mudanças das sua Crenças. Teorias Implícitas (RAMALHO; NÚÑEZ; GAUTHIER, 2003).

PROFISSIONALISMO: O profissionalismo ou profissionalismo deve ser entendido com a reivindicação de um **status** distinto dentro da visão social do trabalho. Implica em negociações, por um grupo de atores, com vistas a fazer com que a sociedade reconheça as qualidades específicas, complexas e difíceis de serem adquiridas, de tal forma que lhes proporcionem não apenas um certo monopólio sobre o exercício de um conjunto de atividades, mas também um forma de prestígio e participação nas problemáticas de construção da profissão. O **status** é o reconhecimento que está ligado a uma ideologia dominante de uma sociedade pautado no **ter** e não apenas no **ser**, como a sociedade que vivemos (RAMALHO; NÚÑEZ; GAUTHIER, 2003).

OBJETIVO DO ESTUDO

O objetivo do estudo é conhecer as Crenças dos docentes e graduandos em administração quando do ensino do marketing sobre a sustentabilidade; por conseguinte, dessa forma saber quais são as Tendências da Sustentabilidade.

QUESTÕES TEÓRICAS E METODOLÓGICAS

A proposição metodológica se fundamenta na utilização simultânea da pesquisa observacional e da pesquisa-ação como métodos sistêmicos que têm por finalidade corroborar a eloqüência da interface – observação e ação – no desenvolvimento desta fase da investigação.

Essas metodologias mostram-se procedentes quando estudamos as ciências sociais e ambientais relacionando graduandos em administração que não possuem total percepção das objetivações inerentes às pesquisas e suas respectivas apreensões. Logo, defendemos nessa fase da investigação a integração com o conhecimento do senso comum dos participantes.

Nessa dimensão, entendemos em consonância com Kreppner (2001) que a pesquisa observacional na investigação tem como objetivo proporcionar a criação de categorias factuais-sensitivas que descrevam detalhes das condições humanas e situacionais específicas de intercâmbios comunicativos. Pois, nesse método o investigador observa o atleta, suas especificidades e sua desenvoltura sem intervir em qualquer aspecto sobre a temática em estudo; assim, esta técnica relega a utilização restritiva de categorias e defende a abertura e o amplo processo de intercambio informacional.

Num outro direcionamento, a pesquisa-ação em sua finalidade vem apresentar e discutir algumas temáticas emergenciais que se relacionam metodologicamente com a pesquisa social, daí a importância de se destacar a pesquisa-ação como linha de pesquisa para tal objetivo. Pois, enquanto linha de pesquisa e, sobretudo, por esta metodologia privilegiar diversificadas formas de ação coletiva que é orientada em função da resolução de problemas ou de objetivos de transformação, constituiu-se num método eficaz e estratégico para o desenvolvimento da nossa investigação (THIOLLENT, 2004).

As atividades administrativas, educacionais e ambientais foram analisadas de maneira onde a observação e a ação durante a práxis realizada no ambiente local fosse redimensionada para o global porquanto considerarmos que somos possuidores de conhecimentos generalizados.

Além disso, as questões teóricas e metodológicas dos estudos sobre as Crenças, na seqüência, nos subsidiarão para compreender mais a relação das Crenças e o Pensamento dos graduandos em administração.

A necessidade de apreender o pensamento dos graduandos fez com que criássemos um instrumento próprio para atender tais necessidades. Nesse momento, sentimos a importância de nos fundamentarmos no que se tem institucionalizado por intermédio dos fóruns internacionais sobre a temática sustentabilidade. Portanto, documentos da Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável serviram para confeccionarmos questões e seus respectivos conteúdos os quais integraram as distintas Tendências da Sustentabilidade (MARUJO; NÚÑEZ, 2008).

Ademais, esse instrumento normativo foi confeccionado de maneira bastante criativa, crítica, reflexiva e criteriosa, principalmente, por possibilitar aos graduandos expressarem, em relação às Tendências da Sustentabilidade, seus respectivos níveis de concordância ou não no que se refere aos conteúdos e/ou subsídios inter-relacionados com as distintas Tendências desse expressiva temática.

QUESTIONÁRIO NORMATIVO

Nesse momento, procederemos com algumas exposições intrínsecas ao questionário normativo. Sua denominação advém do fato de seguir necessariamente algumas normas e procedimentos comuns, porém necessários para a classificação, reestruturação e ordenação das idéias principais em prol dos objetivos a serem alcançados.

Dessa forma, consideramos que estamos contribuindo para a disseminação de se repensar uma administração sustentável. Assim, torna-se gratificante poder apresentar diversificadas e distintas vertentes para se repensar a formação em administração. Por fim, consideramos estar cientificamente promovendo, contingencialmente, uma administração consonante com as novidades deste século.

FUNCIONALIDADE DO QUESTIONÁRIO NORMATIVO

O funcionamento do Questionário Normativo é simples. A sua composição compreende 50 questões, as quais encontram-se divididas em 5 grupos com 10 questões cada. Assim, cada 10 questões se relacionam com uma Tendência; porém, estas questões estão distribuídas estrategicamente de forma aleatória no questionário com a finalidade de não direcionar nem facilitar possíveis correlações.

O questionário normativo é muito importante para sinalizar para o graduando em administração que cada questão está relacionada com uma Tendência, a qual representa um ponto de vista subjetivo, que se corresponde com uma Tendência da Sustentabilidade.

No concernente às questões, relacionamos a cada uma 8 (oito) níveis que variam de 0 (zero) a 7 (sete), onde somente poderá ser associado um nível por questão. Por conseguinte, a associação dos investigados com cada questão representa o seu índice de concordância ou não com as questões. Portanto, cada resposta representa uma possível aceitação ou não representada através de níveis referentes aos conteúdos e/ou subsídios associados à cada Tendência da Sustentabilidade.

CONTEXTO EMPÍRICO

A presente pesquisa teve seu desenvolvimento na Faculdade Cenecista de Itaboraí (FACNEC) pertencente a rede CNEC. A instituição é referência na região (Itaboraí-RJ) pelo seu curso de Administração.

Pois, toda esta mobilidade teve como objetivo proporcionar aos graduandos uma melhor visão sobre a sustentabilidade e, ainda, tentar mobilizar todo o corpo docente sobre a importância de se ensinar nesta perspectiva.

A investigação contou com a participação de docentes e graduandos do 5º período de administração da disciplina Administração de Marketing. Por fim, consideramos importante ressaltar que de modo geral há um conhecimento superficial sobre o tema, contudo, há uma considerável demanda sinalizando a necessidade de apoio teórico e conceitual para ser melhor entendido.

CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

A investigação desenvolvida com docentes e graduandos em administração foi voluntária e contou com a participação da maioria dos professores e alunos da referida turma. Os componentes da pesquisa se apresentaram nas seguintes proporções concernentes ao sexo: 58,5 % masculino 41,5 feminino. A média etária predominante na investigação está compreendida na

faixa etária de 20 a 25 anos. Desses, concluíram o Ensino Médio em instituições públicas 76 % e os demais 24% em instituições privadas. Todos consideram importante que o aprendizado deve, sim, estar integrado ao desenvolvimento sustentável inerente ao marketing.

A SUSTENTABILIDADE E A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

A Sustentabilidade pretende refletir uma política e estratégia de desenvolvimento econômico e social contínuo, sem prejuízo do ambiente e dos recursos naturais, de cuja qualidade depende a continuidade da atividade humana e do desenvolvimento (BENI, 2008, p. 2).

A inter-relação sustentabilidade e a responsabilidade socioambiental é assaz complexa, especialmente, por integrar variantes emergentes da atualidade. Em geral, as investigações mostram que a administração se faz presente na história da sociedade; logo, consideramos que integrar temas expressivos seja interessante para manter este o desenvolvimento em prol da sociedade.

A educação formal não carrega a responsabilidade educativa sozinha. Pois, o setor da educação não formal e o setor da educação informal da comunidade educativa também devem trabalhar em cooperação com o setor de educação formal para educar toda a sociedade por intermédio de suas diferentes gerações e condições sociais, culturais e econômicas.

Nessa perspectivação, reprojeta-se no pensamento sistêmico, fundador do conhecimento ambiental, o qual pode ser melhor apreendido e; assim, capaz de empreender de forma mais consistente um certo contexto social baseando-se na sensibilização oriunda da sustentabilidade (MERLEAU-PONTY, 1964).

Ver o todo nas partes e vice-versa, discernir a rede de relações presentes nos ambientes naturais e construídos pela humanidade abre caminho para uma reflexão mais abrangente e inclusiva das questões humanas e ambientais. Cultivar um pensamento dialógico que busca reunir preservando a diferença. Essa nova forma de olhar o mundo pressupõe que se leve em conta relações, encadeamentos, complementaridades, oposições, contextos, ritmos e significados presentes no real cotidiano (CATALÃO, 2002, p. 87).

Além disso, a responsabilidade socioambiental deve gerar bons resultados para a sociedade de forma a promover a interação política iminente com objetivo de fomentar a sustentabilidade. Ainda, consolidar estratégias socioambientais responsáveis e comprometidas com o desenvolvimento sustentável, o respeito aos distintos ecossistemas e, sobretudo, com a dignidade humana (DEMAJOROVIC, 2003).

Portanto, se considera relevante reconhecer que a educação superior concernente aos cursos de administração é uma necessidade a qual deve convergir no desenvolvimento da responsabilidade social e ambiental de maneira a contribuir com o crescimento da educação para a sustentabilidade; assim, tornando-se um esforço educativo comprometido com as possíveis soluções inerentes às problemáticas ambientais deste milênio.

Destarte, a sustentabilidade compromissada com a conscientização socioambiental, fundamentada na responsabilidade e comprometimento socioambiental, deve seguir tal perspectivação para que a sociedade defina rumos ambientalmente sustentáveis.

TENDÊNCIAS DA SUSTENTABILIDADE

Iniciaremos, este epígrafe nos fundamentando na expressiva citação: “o principal desafio deste século é transformar uma idéia que parece abstrata — desenvolvimento sustentável — numa realidade para todos” (KOFI ANNAN, 2000 apud MCKEOWN, 2002, p. 19).

Dentro dessa visão, apresentamos as Tendências da Sustentabilidade e seus respectivos conteúdos e/ou subsídios fundamentados nos documentos que norteiam o desenvolvimento sustentável numa dimensão global (WECD, 1987; MCKEOWN, 2002; UNESCO, 2005):

SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL: A rica diversidade do meio ambiente natural é um elemento básico para se obter um ecossistema estável; A ideologia ambiental, fundamentada em valores ético-morais, é capaz de promover a transformação ambiental; A preocupação com a preservação do meio ambiente vem mostrando o quanto à sociedade vem internalizando a importância do conceito de sustentabilidade; Devemos aprender a amar e cuidar das questões ambientais a partir de nossas práticas; A humanidade depende dos produtos e serviços fornecidos pelos ecossistemas; A proteção e restauração dos ecossistemas terrestres tornam-se um desafio importante; A limitação de poluentes na atmosfera contribui para se combater as mudanças climáticas nocivas; O planejamento educativo-ambiental abrangente deve envolver a educação formal, não-formal e informal; A globalização e a democratização aumentaram a importância das cidades repensarem a preservação ambiental; A prudência ecológica é um dos princípios da ética do desenvolvimento ambiental.

SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA: As questões ambientais estão atreladas ao desenvolvimento econômico; A economia apresenta um contínuo crescimento, contudo o ecossistema do qual o crescimento econômico depende não se expande; O crescimento econômico é o maior componente do desenvolvimento; Com o crescimento da economia, intensificam-se as pressões sobre os sistemas e recursos naturais da Terra; Viabilização de ações mais efetivas e combinadas com o objetivo de deter os efeitos da globalização; A economia global de mercado atualmente não protege o meio ambiente e não beneficia metade da população mundial; O crescimento econômico não se desenvolve independente do detrimento socioambiental; A sustentabilidade deve estimular a tomada de consciência equilibrada das forças econômicas e financeiras; As empresas devem adotar práticas comerciais mais transparentes e responsáveis; A busca pela equidade econômica deve se tornar o ponto central do elemento econômico.

SUSTENTABILIDADE EDUCACIONAL: A rica diversidade do ambiente educacional é um elemento básico para se obter um sistema propenso à constante evolução A educação deve permitir aos seres humanos a percepção do seu potencial, a obtenção da autoconfiança e uma vida plena de dignidade e satisfação; Conhecimento e saber fornecem à sociedade estratégias de auto-ajuda que diminuem sua vulnerabilidade; A melhoria da qualidade da educação é fundamental para a sustentabilidade; A formação e a profissionalização mais digna de professores contribuirão

para formar melhores cidadãos; A educação nos proporciona consistências nos modos de ser, de se relacionar, de acreditar e agir em conformidade com distintos contextos; Proporcionar às pessoas conhecimentos e/ou saberes necessários para fazer valer seu direito de viver em um meio ambiente sustentável; Uma contextualização educacional sustentável procura construir competências e valores para que haja paz na mente das gerações presentes e futuras; A compreensão intercultural deve formar não apenas o conteúdo dos programas educacionais; Na educação está a esperança capaz de estimular a mudança de comportamento e a cooperação necessária para a promoção da sustentabilidade.

SUSTENTABILIDADE POLÍTICA: As questões políticas direcionam estrategicamente o desenvolvimento ambiental, econômico e social; A legislação deve ser rigorosa tanto em caráter teórico quanto em suas ações práticas em prol do desenvolvimento socioambiental; As políticas governamentais em níveis local, nacional e global devem promover o desenvolvimento sustentável de forma a possibilitar a transparência, a plena expressão das opiniões, debates livres e a ampla formulação de políticas; A participação democrática de cidadãos nas proposições políticas favorecerá uma boa governança; A prudência política deve ser um dos princípios da ética do desenvolvimento da sociedade; As normatizações governamentais devem controlar o consumo dos recursos naturais de maneira sustentável; A implementação de políticas que desenvolvam técnicas adequadas e tragam equilíbrio entre a capacidade da natureza e as necessidades de uso pelas pessoas deve ser constantemente revista; Políticas pautadas na ética de se viver sustentavelmente devem proporcionar às pessoas repensarem os seus valores e alterar o seu comportamento; As políticas locais devem proporcionar que seus integrantes desenvolvam atividades produtivas e criativas; Promover uma política nacional para a integração de desenvolvimento e conservação é garantir uma base de informação e de conhecimento, leis e instituições, políticas econômicas e sociais coerentes.

SUSTENTABILIDADE SOCIAL: O respeito pelos direitos humanos é condição imprescindível para a sustentabilidade; A rica diversidade do ambiente social é um elemento fundamental para se obter uma harmonia capaz de proporcionar segurança e capacidade de adaptação peculiar ao desenvolvimento da sociedade; Recriar a visão e condução do mundo a partir de uma política de civilização e de humanidade visa fortalecer a confiança no ser humano e o favorecimento da consolidação do tecido social; Oferecer condições sociais dignas às pessoas para viverem num ambiente de paz e segurança é fundamental para a dignidade e o desenvolvimento humano; A igualdade de gêneros numa perspectiva generalizada deve ser pensada com o objetivo de buscar a sustentabilidade de forma que cada membro da sociedade respeite os outros e exerça o seu papel de realizar-se plenamente; O saber do ambiente local é uma fonte inesgotável de diversidade; logo, se torna imprescindível para se entender o ambiente social e melhor preservá-lo; Sociedade saudável e o meio ambiente seguro são pré-condições importantes para que haja desenvolvimento social sustentável; As questões sociais estão atreladas ao desenvolvimento do ambiente econômico; Melhoria da qualidade de vida é o verdadeiro objetivo do desenvolvimento social; A responsabilidade social necessita de uma solidariedade global.

PROCESSAMENTO DAS INFORMAÇÕES

No atual contexto mundial globalizado e cibercultural (LEVY, 2000), onde a informação se torna uma necessidade ao progresso das sociedades modernas, a informática vem continuamente surpreendendo com software cada vez mais eficazes e eficientes; dessa forma, favorecendo as organizações e múltiplas acepções diversificadas dos dados.

Em conformidade com a exposição anterior, compreendemos todo o processamento dos dados de nossa investigação, com a intenção de obter mais variantes tanto qualitativas quanto quantitativas, no software MODALISA 4.5 o qual nos possibilitou uma considerável organização e representação freqüencial e gráfica. O referido software utilizado para tratamento de dados qualitativos e quantitativos foi obtido por intermédio do intercâmbio da UFRN, através da Linha de Pesquisa: Formação e Profissionalização Docente, com a Universidade de Paris VIII – França. Portanto, defendemos que tais fundamentações teóricas em sua magnitude são necessárias e suficientes para corroborarmos a essência e a conseqüente finalidade da nossa pesquisa.

RESULTADOS DO ESTUDO

Nesse momento de culminância do estudo, faz-se mister convergir todas as nossas expectativas em proveito da elucidação dos resultados de forma objetiva e inteligível, sobretudo, por considerarmos parte notável da investigação e muito contributiva para novas pesquisas sobre a sustentabilidade do ensino em Administração de Marketing.

Adiante, apresentaremos os resultados auferidos em números percentuais com a finalidade de facilitar uma acepção e factível compreensão para com a objetividade de disseminação desta investigação.

Destarte, nessa direção apresentamos os seguintes resultados que se convergiram nas Tendências da Sustentabilidade intrínseca aos docentes e graduandos em administração, como: Tendência Ambiental 21,4 %, Tendência Educacional 20,6 %, Tendência Social 20,2 %, Tendência Política 20,1 % e Tendência Econômica 17,7%.

Portanto, consideramos que conhecer as Tendências dos formadores e dos graduandos em administração sobre a sustentabilidade nos possibilita promover uma melhor a formação; assim, ainda podemos trabalhar a temática como aliada para se promover uma administração mais corporativa.

Por fim, a intenção de aproximar o pensamento dos formadores e dos graduandos às possibilidades de desenvolverem-se por intermédio de distintas concepções e suas especificidades propicia novas opções e/ou relações inovadoras para se ensinar o Marketing na perspectiva da sustentabilidade.

CONCLUSÃO DO ESTUDO

O presente estudo nos propiciou à apreensão das Crenças dos docentes e dos graduandos em administração sobre a sustentabilidade no marketing diante do que se tem como institucionalização sobre a temática a nível global. Em conseqüência, as Crenças apreendidas por intermédio do Questionário Normativo representam as Tendências da Sustentabilidade.

Assim, a investigação também nos possibilitou conhecer as crenças através do Questionário Normativo exclusivo para tal finalidade. Dessa forma, os resultados evidenciam a predominância das Tendências da Sustentabilidade Ambiental e Educacional seguidas, respectivamente, das Tendências Social, Política e Econômica.

Ademais, acreditamos que o fato de conhecermos as Tendências da Sustentabilidade, possivelmente, contribuirão para sabermos quais serão as funções da Sustentabilidade inerente à administração do marketing na sociedade contemporânea.

Da mesma forma, objetivamos que as distintas e procedentes Tendências sustentáveis inter-relacionadas com importantes quinhões da sociedade moderna contribuem para uma mais intensa

divulgação da produção científica sobre a administração e a sustentabilidade e a sua relevância para com a integração com as demais ciências.

Finalmente, defendemos a tese inicial de que a Sustentabilidade reverte-se estrategicamente numa emergente norteadora capaz de integrar consistentemente expressivas variáveis socioambientais, como: Sustentabilidade do Marketing – Responsabilidade Socioambiental, as quais consideramos importantíssimas para o recrudescimento sustentável do ensino do marketing na sociedade contemporânea. Sendo assim, mediante desta proposição desejamos que o supracitado binômio possa proporcionar o desenvolvimento sustentável da administração como alternativa político-social capaz de contribuir com a melhoria da qualidade de vida das gerações, tanto presentes quanto futuras.

REFERÊNCIAS

- BENI, M. C. **Política e planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Editora Aleph, 2006.
- CATALÃO, V. L. **L'eau comme métaphore éco-pédagogique : une recherche-action auprès d'une école rurale au Brésil**. Thèse de doctorat, Paris, Université Paris VIII, 2002, p 347.
- CHIAVENATO, I. **Introdução a Teoria Geral da Administração**: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- DEMAJOROVIC, J. **Sociedade de risco e responsabilidade socioambiental**: perspectivas para a educação corporativa. São Paulo: Editora Senac, 2003.
- JACOBI, P. **Educação Ambiental**: o desafio da construção de um pensamento crítico, complexo e reflexivo. Educação e Pesquisa, São Paulo, v. 31, n. 2, 2005 p.233-250.
- LEVY, P. **Cibercultura**. Editora 34. São Paulo, 2000.
- MARCELO, G. **Formação de Professores**: Para uma mudança educativa. Porto Editora, Portugal, 1999.
- MARUJO, M. P.; NÚÑEZ, I. B. Educação para a Sustentabilidade: Responsabilidade Socioambiental. In: II Congresso Internacional Cotidiano – Diálogos sobre Diálogos, 6.; 2008, Niterói, RJ. **Anais...** Niterói, RJ: UFF, 2008.
- MCKEOWN, R. **Manual de Educación para el Desarrollo Sostenible**. Universidad de Tennessee, Knoxville, Tennessee, 2002.
- MERLEAU-PONTY, M. **La phénoménologie de la perception**. Paris, Galimard, 1964.
- NÚÑEZ, I. B.; RAMALHO, B. L. (Org.). **Fundamentos do Ensino-Aprendizagem no Novo Ensino Médio**: das Ciências Naturais e Matemática. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- PORTILHO, P. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.
- RAMALHO, B. L.; NÚÑEZ, I. B.; GAUTHIER, C. **Formar professor – profissionalizar o ensino**: perspectivas e desafios. Porto Alegre: Sulina, 2003.

ROBBINS, S. P. **Administração:** mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2006.

SAMPAIO, C. A. C. **Desenvolvimento sustentável e turismo:** implicações de um novo estilo de desenvolvimento humano na atividade turística. Blumenau: Edifurb; Florianópolis: Bernúcia, 2004.

SACHS, I.; VIEIRA, P. F. (Org.). **Rumo a Ecosocioeconomia:** Teoria e prática do desenvolvimento. São Paulo: Cortez, 2007.

UNESCO. **Década da Educação das Nações Unidas para um Desenvolvimento Sustentável 2005-2014:** documento final do esquema internacional de implementação. – Brasília : UNESCO, 2005.

VEIGA, J. E. **A Emergência Socioambiental.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

WECD (World Commission on Environment d Development). **Our Common Future.** New York, Oxford University Press, 1987.