



Revista Catarinense da Ciência Contábil

ISSN: 1808-3781

revista@crcsc.org.br

Conselho Regional de Contabilidade de

Santa Catarina

Brasil

Melim Petrelli, Cristina; Colossi, Nelson

A quarta via das instituições de ensino superior: a responsabilidade social

Revista Catarinense da Ciência Contábil, vol. 5, núm. 13, diciembre-marzo, 2005, pp. 71-
83

Conselho Regional de Contabilidade de Santa Catarina

Florianópolis, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477549003006>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

A quarta via das instituições de ensino superior: a responsabilidade social

Cristina Melim Petrelli

Contadora, Mestre em Administração/UFSC,
professora da UNIVALI, da Fundação
Educacional de Brusque (UNIFEBE) e da Faculdade
Avantis, no curso de Administração.
cmelim@univali.br

Nelson Colossi

Professor do Curso de Graduação e
Pós-Graduação em Administração na UFSC; Doutor em
Administração Universitária - The George Washington
University, USA; Mestre em Administração pela
Universidade Federal do Rio Grande do Sul -UFRGS.

RESUMO

As Instituições de Ensino Superior (IES) realizam uma função social significativa: prover formação superior a pessoas capazes de influenciar o processo de desenvolvimento da sociedade em direção a melhorias da vida humana no planeta. Dessa forma, elas atendem a demanda de profissionais para o mercado de trabalho. Além dessa função, as IES têm ainda a nobre missão de educar o homem em sua totalidade, promovendo sua cidadania e estimulando-lhe valores éticos, em tudo o que diz respeito à sobrevivência e às condições da vida humana individual ou associada. Porém, nem sempre a sociedade percebe a amplitude da ação formadora-educadora dessas instituições e, assim, muitas vezes não a reconhecem como agente promotora

da transformação e desenvolvimento social. Por esta razão, faz-se necessário que as IES promovam a divulgação de suas atividades para que a sociedade onde ela está inserida possa conhecê-la e avaliar seus resultados. O processo de Avaliação Institucional promovido pelo MEC tem por finalidade precípua mensurar e avaliar as IES brasileiras, especialmente em relação a abrangência e ao nível de realização de suas funções institucionais. A experiência brasileira de Avaliação Institucional, embora recente, tem sinalizado a necessidade de mudanças na política e nos procedimentos utilizados para avaliar o ensino superior no Brasil. Em uma dessas exigências, observa-se a tendência, cada vez mais acentuada, de incluir entre os critérios de avaliação de uma IES, o que se refere ao seu relacionamento com a sociedade em geral. De fato, segundo os novos critérios de Avaliação Institucional, o conceito de um Curso pode ser afetado pelo seu envolvimento com a sociedade. Ou seja, além de critérios específicos, tais como aprendizagem, estrutura física e corpo docente, avalia-se, também, o binômio instituição-sociedade. Entre os diferentes parâmetros pelos quais o relacionamento de uma instituição de ensino superior com a sociedade pode ser medido, destaca-se, especialmente, o que tem sido chamado de Responsabilidade Social, cuja finalidade é mensurar, além das funções institucionais tradicionais – ensino, pesquisa e extensão, a sua abrangência e legitimidade de sua Responsabilidade Social junto à sociedade a quem ela serve. Este artigo trata desta nova função das IES – Responsabilidade Social e procura demonstrar que a missão das Instituições de Ensino Superior vai além de suas funções básicas de Ensino, Pesquisa e Extensão.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade social. Universidade.

INTRODUÇÃO

A capacidade do Estado de atender sua demanda social é, em geral, limitada por inúmeros

fatores políticos e econômicos. Por isto o mundo moderno, embora seu elevado nível tecnológico, ainda apresenta desigualdades e injustiças sociais, que estão a apontar a urgência de mudanças societárias profundas, especialmente aquelas voltadas à cidadania construtiva e participativa de cada ser humano em seu contexto social.

Consensualmente, acredita-se que é prioritário o equacionamento de problemas sociais e ambientais básicos, tais como a fome e a degradação ambiental, pois constituem-se em ameaças à paz e à vida no planeta. Embora já se observam mudanças neste sentido, muito ainda há de ser feito. De fato, diversos setores da sociedade já estão posicionados em relação aos problemas sociais existentes e estão a apresentar atitudes e práticas inovadoras, capazes de contribuir com a promoção do desenvolvimento social. As Instituições de Ensino Superior desempenham um papel importante neste contexto.

As Instituições de Ensino Superior estão empenhadas na redefinição de seu papel na sociedade. Seus recursos científicos e tecnológicos, estão a redirecioná-la rumo às necessidades do ser humano e do ambiente. A redefinição institucional das IES consubstancia-se em ações que refletem sua preocupação com os aspectos sociais da vida humana associada, pois ela não pode estar desligada da realidade do mundo que a cerca. Sua missão é qualificar profissionais para as atender as demandas presentes e futuras da sociedade e, acima de tudo, formar cidadãos participativos e eticamente responsáveis pela sociedade em que vivem. Diante deste contexto, parece que a ampliação das funções tradicionais da IES assume um caráter estratégico,

ou seja, incluir Responsabilidade Social como mais uma de suas funções, ao lado da tríade tradicional - Ensino, Pesquisa e Extensão é, uma estratégia de transformação e desenvolvimento institucional das IES no Brasil.

Este artigo procura posicionar a compreensão do significado de Responsabilidade Social, em seu sentido lato, para a seguir, traçar algumas considerações reflexivas para a questão no âmbito das instituições universitárias brasileiras.

1 ASPECTOS CONCEITUAIS BÁSICOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Responsabilidade Social é um tema recente. De acordo com Oliveira (2000), nos Estados Unidos, chegando aos meios empresariais e acadêmicos da Europa no final da década de 60, onde o tema começou a se tornar popular. Na década de 70 o assunto ganha maior amplitude e nos anos 80 consolida-se, na medida em que passa a ser associado a questões da ética empresarial e à qualidade de vida no trabalho.

Toldo (2000) mostra, ainda que a preocupação com a temática da Responsabilidade Social evidencia-se na Eco 92, realizada na cidade do Rio de Janeiro, quando foi discutido de forma bastante incisiva, a importância do meio ambiente e de sua preservação para o bem estar futuro do planeta. Em 1993, foi lançado pelo Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), cuja campanha, por sua abrangência e dimensão, é considerada um verdadeiro marco da aproximação dos empresários com ações sociais mais efetivas, voltadas à sociedade em geral.

Este item preocupa-se em explorar dois aspectos essenciais para melhor compreensão do significado e abrangência da expressão Responsabilidade Social. Neste sentido, em princípio traça-se alguma considerações

sobre o termo "responsabilidade" e, a seguir, destaca-se a experiência de uma organização em relação a questão da "responsabilidade social da empresa"

1.1 Definindo o termo

"RESPONSABILIDADE"

Responsabilidade, na Língua Portuguesa, é um termo que designa uma obrigação, isto é, o dever de responder pelas ações próprias ou de outros. Portanto, em primeiro lugar, convém ressaltar que qualquer tentativa de definição da expressão *responsabilidade social*, ela deve incluir a noção de obrigatoriedade e dever, mesmo quando utilizado sob diferentes aplicações. Assim, o termo "responsabilidade" pode, por exemplo, designar o ato de responder pelo desempenho de um cargo numa organização como também na obrigatoriedade de prestação contas junto a órgãos superiores. No âmbito da Administração Pública, "responsabilidade" subentende a capacidade das autoridades de praticarem certos atos discricionários, independente de qualquer orientação e com liberdade para agir sem demasiada restrições, embora controladas pelo consentimento, aceitação e resistência de outras autoridades públicas que participam do sistema de controle político. Quanto ao seu sentido político, responsabilidade aplica-se a diversas situações que pressupõem alguma legitimidade ou fundamento legal, tendo, geralmente, como ponto de referência um padrão de conduta, os quais podem ser espirituais ou éticos, sociopsicológicos ou institucionais e, ainda, sobrepostos. Assim sendo e, de acordo com o Dicionário de Ciências Sociais da Fundação Getúlio Vargas, o termo "responsabilidade", concebido em sentido amplo como dever, obrigação ou contraprestação, manifesta-se nos mais diversos campos da atividade humana, que lhe imprimem determinadas características, per-

mitindo a identificação, dentro de um quadro geral, de espécies de responsabilidade, como a jurídica, social,civil ou outras e, em qualquer caso expressa a noção de obrigatoriedade ou dever.

1.2 O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

Além das considerações conceituais acima apresentados, a criação, em 1998 do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, é também um fato relevante para melhor compreensão do significado da expressão *responsabilidade social*. A Ethos foi fundada pelo empresário Oded Grajew e, de acordo com seus estatutos, foi constituído para servir como um elo de ligação entre o mundo empresarial e as necessidades sociais. O Instituto Ethos, em apenas um ano após sua fundação, incentivou e promoveu a publicação de Balanços Sociais de 68 empresas brasileira, interessadas em tornar público suas estratégias socialmente responsáveis. Para o Instituto, a responsabilidade social de uma empresa vai além de sua postura legal, filantrópica ou práticas de apoio à comunidade. De fato, Responsabilidade Social significa mudança de atitudes da empresa, numa perspectiva de gestão e foco na qualidade das relações e na geração de valor para todos" (www.ethos.org.br).

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma entidade sem fins lucrativos, que associa empresas, de qualquer tamanho e/ou setor, interessadas em desenvolver suas atividades de forma socialmente responsável em um permanente processo de avaliação e aperfeiçoamento.

A missão do Instituto Ethos, conforme declara seu Estatuto, é "mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma socie-

dade sustentável e justa". Para o cumprimento desta missão, o Instituto Ethos oferece aos associados um conjunto de orientações e atividades que visam ajudar as empresas a compreender e incorporar, de forma progressiva, o conceito de *comportamento empresarial socialmente responsável* e, ao mesmo tempo, implementar políticas e práticas que atendam a elevados critérios éticos, e a obtenção de sucesso econômico sustentável a longo prazo. Neste sentido, o Ethos ajuda suas associadas a assumir responsabilidades com todos aqueles que são impactados por suas atividades. Ajuda também as empresas a identificarem formas inovadoras e eficazes de atuar em parceria com as comunidades na construção do bem-estar comum, isto é, prosperando e, ao mesmo tempo, contribuindo para um desenvolvimento social, econômico e ambientalmente sustentável.

Assim sendo, pode-se observar que o **Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, empresta um sentido de "responsabilidade social" alinhado com as noções originais do termo, ou seja, dever e obrigatoriedade. Portanto, pode-se prioritariamente, considerar que o significado desta expressão tem uma clara conotação de responder a uma obrigação, sem qualquer sentido de doação ou assistencialismo.**

2 O SIGNIFICADO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

A expressão "responsabilidade social" merece, também, algumas considerações conceituais para melhor compreensão de seu significado, pois pode apresentar diferentes conotações. Alguns autores atribuem-lhe a noção de obrigação legal, enquanto outros a consideram um dever fiduciário e, ainda, há aqueles que a definem como uma contribuição caridosa, uma doação ou uma atitude ética.

No entanto, observa-se cada vez mais no contexto da sociedade contemporânea uma crescente conscientização das organizações, públicas ou privadas, a assumirem, efetivamente e de forma mais ampla, suas responsabilidades, não apenas diante de seus clientes, mas à frente de todo seu público de interesse, bem como a sociedade em sua total extensão. Esta tendência tem levado muitas organizações a construirem e consolidarem o que pode ser chamado de "cidadania organizacional", pois estão a apontar seus direitos e deveres em relação à sociedade onde estão inserida.

2.1 Conceituação e abrangência de responsabilidade social

O conceito de responsabilidade social é relativamente novo no mundo dos negócios, mas já tem seus mestres. Ashley (2003), refere-se a responsabilidade social como toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. Nestes termos, poder-se-ia definir "responsabilidade social" como o compromisso ético e legal de uma organização para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que afetem positivamente, de modo amplo ou particular, objetivos e interesses sociais. Para Benedicto (1997) toda organização tem responsabilidade social e, é seu dever pensar no bem-estar da sociedade, e não apenas em lucros. Para ele, a responsabilidade social é percebida como o dever da organização em auxiliar a sociedade no alcance de seus objetivos e, é assim que ela mostra que não visa apenas explorar recursos econômicos e humanos, mas também contribuir com o desenvolvimento social em geral.

Em sua análise das empresas brasileiras, Grajew (2000) defende que a conscientização do empresariado com sua responsabilidade social tem sido progressiva e consistente, mas

que o desafio é a definição e implementação dos princípios que definem uma empresa socialmente responsável. Para este autor, as empresas brasileiras estão duplamente preparadas para enfrentar estas questões: de um lado, são capazes para contribuir com desenvolvimento econômico do País e, de outro, sentem-se eticamente comprometidas com a necessidade de transformação do quadro de extremada desigualdade social que hoje caracteriza a sociedade brasileira.

Assim, nestas rápidas considerações, é possível caracterizar responsabilidade social como o compromisso de uma organização com a busca contínua da melhoria da qualidade de vida de seus públicos interno e externo, ou seja, seus empregados e suas famílias, bem com a comunidade em geral.

No que diz respeito às dimensões e resultados efetivos da responsabilidade social, muitas discussões e questionamentos tem sido explorados por estudiosos do assunto e empresários em geral. Muitos têm procurado seu significado considerando sua eficácia, em relação aos resultados de sua aplicação. De acordo com Oliveira (2000) a responsabilidade social da empresa funde-se em uma nova visão da realidade econômica. É uma nova filosofia, um novo modo de conceber as relações entre os fatores de produção (trabalho e capital), dos quais surge a concepção de "empresa cidadã", preocupada em não somente otimizar os lucros, mas em melhorar as condições de vida na sociedade, em todos os seus aspectos. Para Lima (2002), a organização incorpora em seus valores e em suas atividades uma ética empresarial como diretriz e pré-requisito fundamental, isto é, um conjunto de princípios, ações e atitudes voltados para a valorização da qualidade humana, para o respeito ao consumidor e meio ambiente, abarcando também o respeito para com todos os agentes que se relacionam com a empresa:

funcionários, fornecedores, governo, clientes, comunidade, sócios ou acionistas.

De fato, observa-se que a questão da responsabilidade social numa organização une-se à visão e possibilidade de seu sucesso, dando-lhe oportunidade de influenciar positivamente na melhoria da vida humana individual e associada, no contexto em que a organização atua. Assim a responsabilidade social numa organização sustenta-se na importância, ou seja, no poder de ações socialmente responsáveis, pois estas são meios concretos de influência transformadora da sociedade como um todo. Neste sentido, a organização exerce uma força muito expressiva e de grande relevância no processo de mudanças sociais, criando e exercendo forte ascendência na formação de valores e ideias e nos impactos concretos na vida das pessoas, das comunidades, bem como, da sociedade em geral.

2.2. Responsabilidade Social Empresarial

O estudo da Responsabilidade Social Empresarial tem apontado para um conceito mais dinâmico e consistente, que inclua o processo de transformação social embasado numa visão menos "administrativista" e mais comprometida com resultados globais, do que com os resultados contabilizados para a empresa. Na realidade, a questão apresenta diversas facetas. Para Paiva, (2001) as empresas enfrentam desafios relativos a novas tecnologias, competitividade, produtividade, custos, saturação de mercados e, além disso, enfrenta o desafio social, originado das diferentes demandas da sociedade, cada vez mais crescentes. Para ele, se não equacionados adequadamente, estes desafios podem comprometer a gestão e a capacidade da empresa atingir seus resultados.

Contudo, acredita-se que a empresa socialmente responsável, entendida como aque-

la cujo relacionamento ético com seus públicos de interesse, bem como aquela que respeita o meio ambiente e investe em ações sociais, reúne condições estratégicas para alinhar seus objetivos de negócios a realidade societária e, assim enfrentar seus desafios. É a expansão e evolução do conceito de empresa para além de si mesma e seu ambiente interno. Na medida em que a empresa sente-se plenamente inserida na sociedade ela exerce sua responsabilidade social e considera a relação de interdependência entre ela e o contexto onde se insere.

Neste sentido, pode-se afirmar que a adoção da responsabilidade social por uma empresa pode trazer benefícios tanto para a ela, quanto para a sociedade em geral. Assim, embora alguns estudiosos condenem a utilização da responsabilidade social como ferramenta de promoção e publicidade ou como um meio de conseguir alguns benefícios, uma empresa deve aliar seus objetivos tradicionais como crescimento e lucro à responsabilidade social, já que os primeiros garantem a sobrevivência e perpetuação de suas atividades. Para Ashley (2003) o uso da "responsabilidade social" como forma de obter benefícios é ao mesmo tempo uma oportunidade de promover o bem-estar da sociedade e de agregar valor para a empresa, não podendo ser relegado em segundo plano, sob o risco de ocasionar problemas financeiros e comprometer sua existência e sua atuação positiva na sociedade.

Assim sendo, poder-se-ia com segurança afirmar que a prática correta e efetiva da "responsabilidade social" contribui substantivamente para a melhoria do desempenho geral de uma empresa, quer à curto, médio ou longo prazo. Resultados efetivos, em relação à imagem corporativa externa e à motivação interna de seus colaboradores, resultam em vantagens competitivas, pois influenciam a

cadeia produtiva e os resultados organizacionais da empresa. Em caso contrário, isto é, aquelas empresas que transmitem uma falsa idéia de preocupação com qualidade de vida da sociedade e satisfação do consumidor, apenas objetivando benefícios, em curto prazo serão expostas à realidade de suas práticas não comprometidas e afastadas de responsabilidade social.

2.3. A Concepção da Responsabilidade Social

Neste contexto, pode-se argumentar que a concepção de "responsabilidade social" sómente ganhou espaço no final da década de 80, consolidando-se, mais decisivamente nos últimos anos. Uma rápida revisão da literatura mostra que, dentre os fatores influenciadores de sua evolução destaca-se, de um lado, o aumento das condições de pobreza e da degradação ambiental e, de outro, o crescente fortalecimento dos movimentos sociais. Além disso, as profundas transformações do mundo contemporâneo a provocar incertezas e instabilidades ameaçadoras à sobrevivência, bem como a insuficiência do Estado como assistencialista e provedor de recurso e bem estar social, são fatores decisivos que, cada vez mais, estão a exigir maior participação e responsabilidade das organizações na vida humana associada.

Assim, as ações responsáveis socialmente das organizações estão a ganhar relevância, à medida que contribuem para o equacionamento de inúmeras questões sociais e, ao mesmo tempo, ganham reputação e respeito por parte de seus clientes, fornecedores e público em geral. Assim, desta forma, pode-se afirmar que a expressão *Responsabilidade Social* assume uma dimensão maior ampliando seu significado. De fato, estudos recentes revelam que além de agregar valor à imagem da organização, as empresas consideradas

"responsáveis" tendem a melhorar as relações com seus stakeholders, fidelizam seus clientes, conquistam novos mercados, dentre outros benefícios, incluindo-se o diferencial competitivo de mercado para as empresas enfrentarem seus concorrentes.

São inúmeros exemplos de empresas brasileiras, hoje, investindo em práticas socialmente responsáveis. Apenas para mencionar, destacam-se a Petrobrás, o Banco do Brasil, a Amanco e a Natura, dentre muitas outras. Em todos os casos, a questão que se impõem é: o que leva uma empresa a transformar suas práticas de ações sociais e assistencialistas para uma abordagem mais substantiva, no que se refere ao seu relacionamento com a sociedade onde se insere? Por que ela deixa de lado uma concepção de "empresa caridosa" e assume uma posição de "dever fiduciário". As respostas a estas questões apontam um conceito estratégico: tornar a empresa socialmente responsável é parte do seu negócio, isto é, estratégico.

3 RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

A Universidade, ao longo de sua história, contribui significativamente no processo de construção do futuro da humanidade. Por esta razão, a sociedade em geral e, especialmente o meio acadêmico tem procurado avaliar o papel da instituição universitária frente ao cenário contemporâneo atual, caracterizado por mudanças e transformações globais. A Universidade é uma instituição social. Por sua natureza, seus valores emanam da sociedade a que serve e, portanto deve a ela reportar-se. Nestes termos, observa-se que "responsabilidade social da instituição universitária vai além de simplesmente promover a formação superior de profissionais para o mercado de trabalho. acima de tudo, é uma insti-

tuição social, cujo papel é altamente relevante: oferecer Educação Superior e formar a elite intelectual e científica da sociedade a que serve.

3.1 A Universidade como Instituição Social

No Brasil a Universidade é parte integrante de sua história, desde a chegada da Família Real Portuguesa em 1808, fugindo das forças napoleônicas, quando foram criadas as primeiras escolas superiores brasileiras: Escola de Medicina do Rio de Janeiro, Escola de Medicina da Bahia, Escola de Engenharia e Arte Militar do Rio de Janeiro. A partir de então, a instituição universitária cresce e consolida-se numa respeitada posição no contexto da sociedade brasileira. Colossi (1989) sintetizando a trajetória da Universidade destaca algumas datas. Em 1827 foram criados os Cursos de Ciências Jurídicas em São Paulo e em Olinda; em 1889, a República nasce com 14 Escolas Superiores; Em 1909 a força do Ciclo da Borracha promove a criação da Universidade de Manaus; em 1912 foi criada a Universidade do Paraná, com o ciclo do café; em 1937 foi criada a Universidade de São Paulo e em 1961 a Universidade de Brasília.

Hoje, o ensino superior no Brasil viabiliza-se em cerca de 1500 instituições de ensino superior, 70 % das quais são privadas e as demais públicas, atendendo mais 3 000 000 (três milhões) de estudantes. Este panorama, por si, evidencia a importância desta instituição, cujo papel fundamental é promover a Educação Superior como um alto valor social, um ideal para a sociedade em geral, pois a Universidade é uma instituição social.

Um instituição social é um ente social que emana de ideais e valores sociais legítimos e, assenta-se em normas estáveis e duradouras para realizar sua missão, ou seja, uma instituição social origina-se na sociedade e a ela deve retornar. Nestes termos, a Universida-

de é uma instituição social, cuja responsabilidade fundamental é formar uma elite intelectual e científica, apta a conduzir os rumos societários da vida humana associada.

Da mesma forma, Gasset (1999) defende que a universidade exerce um papel além da sua missão, ou seja, preparar o estudante para viver à altura do seu tempo. Porém, diz ainda este autor, para isto não basta a simples formação de profissionais, nem a dedicação exclusiva à pesquisa, em outras palavras, a universidade não se limita a sua declarada missão, mas assume várias outras, inclusive a de formar cidadãos com consciência ética e preocupação social.

O significado e a importância da instituição universitária para a sociedade em geral, sugere a seguinte questão: além de suas funções básicas para a realização de sua missão, que outras ações e atividades ela exerce, no sentido de consolidar sua responsabilidade social junto a sociedade como um todo. A resposta a esta questão, certamente, merece ser objeto de investigação detalhada, pois as instituições universitárias, particularmente, caracterizam-se neste perfil.

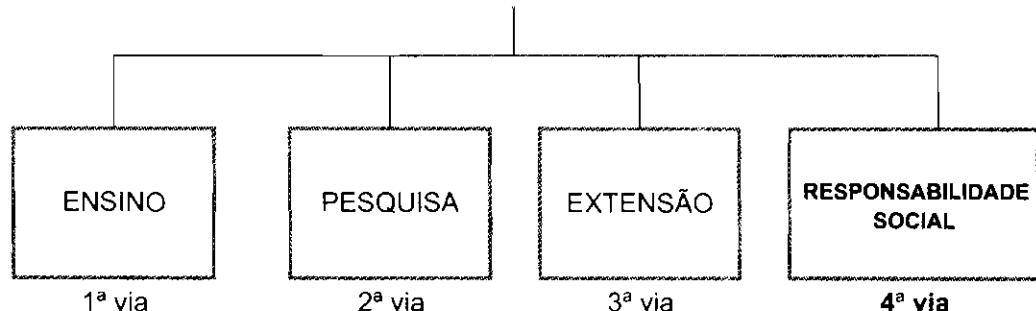
No entanto, conforme observa Colossi (1989), ao lado de sua respeitabilidade, a ins-

tituição universitária tem recebido críticas por parte da sociedade onde a quem serve. Acusam-na de estar dissociada da realidade social e, que apenas repassa conhecimentos, tendo se transformado num órgão corporativo e burocratizado. Para ele, estas críticas devem ser consideradas e analisadas continuamente, pois elas refletem um ambiente de crises que demandam readequações a novas exigências societárias, portanto, a receptividade à mudança e à inovação, a busca de novos paradigmas institucionais, incluindo-se a forte disposição de redirecionar a própria missão, é uma das principais preocupações da universidade.

De fato, saber conduzir a instituição universitária neste mar de turbulências é um grande desafio institucional, que exige, em primeiro lugar a conscientização plena de seu papel como uma instituição social, cujos objetivos vão além de suas funções tradicionais, ou seja, Ensino, Pesquisa e Extensão. Parece, portanto ser evidente que a instituição universitária deva exercer uma quarta via ou dimensão, isto é, precisa atender mais uma função: responsabilidade social.

Na figura abaixo é possível visualizar melhor as quatro vias das IES.

INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR IES



Fonte: Elaborado pelos autores.

3.2. Experiências em Responsabilidade Social nas Instituições de Ensino Superior

A instituição universitária constitui sua missão por três vias: ensino, pesquisa e extensão. Trata-se de um conjunto harmônico e indissociável, por definição. Contudo, percebe-se que ministrar aulas, fazer pesquisas e prestar serviços a comunidade nem sempre concorrem para os mesmos fins resultando, muitas vezes, em perda de identidade institucional, ou seja, sua própria razão de ser. Além disso, as crescentes distorções e distanciamentos entre a instituição e a sociedade provoca crises de objetivos. Nessas circunstâncias, a questão que se impõe é: quais são os objetivos da universidades? Em resposta a esta questão, muitas instituições ampliaram seus compromissos para além da sala de aula e passaram a comprometer-se intensamente com projetos sociais voltados tanto à sociedade em geral e, assim, gradativamente, passaram a assumir uma postura ética comprometida, ou seja, co-responsável pela busca do bem-estar público em geral, e pela cidadania em suas comunidades. Surge, então mais uma via para a realização da missão da instituição universitária: responsabilidade social.

Algumas universidades têm procurado aliar às funções de ensino, pesquisa e extensão o papel de comprometimento com os problemas da sociedade. Muitos são os exemplos já registrados. Neste sentido podem ser citados o Projeto FLORAM da USP, Universidade de São Paulo, voltado especificamente para a preservação florestal e, tendo já obtido reconhecimento internacional por sua visível importância ecológica, conforme declaração de Marcovitch (1998).

Instituições públicas federais, como a Universidade Federal de Pernambuco têm implementado ações como o Programa Universidade para Todos, projeto que defende o desen-

volvimento de uma consciência nacional, para atrair, tanto os jovens econômica e socialmente marginalizados, quanto aqueles mais privilegiados. Este Projeto é fruto de uma atitude inovadora, inspirada na idéia de criação de uma espécie de serviço civil que envolvesse os jovens e garantisse-lhes créditos para seus cursos universitários. Essa ação pioneira recebeu o referendo do Congresso Nacional, com a inclusão do Programa de Desenvolvimento da Extensão Universitária no Plano Nacional de Educação. Trata-se de um Programa de estímulo à cidadania por intermédio da integração entre ensino, pesquisa e extensão e foi estendido a todas as Instituições Federais de Ensino Superior, tendo como meta "fazer com que todos os alunos de graduação participem de projetos e atividades de extensão, como parte integrante do seu currículo". (www.portaldovoluntario.org.br).

Instituições como a UNESCO, têm procurado delinear papéis fundamentais a serem exercidos pelas universidades, especialmente quando considerado o processo de globalização, por requerer uma conscientização plena dos problemas culturais, ambientais e sociais. Para ela, o papel das universidades deve ser ainda maior no fomento dos valores éticos e morais na sociedade, promovendo entre os futuros profissionais, um espírito cívico de participação ativa. Acrescenta ainda, que num sentido macro, a universidade deve buscar soluções para os distintos problemas científicos, educativos e culturais relacionados com a sociedade em geral (UNESCO, 1995).

Manifestações nessa direção têm sido expressas por inúmeros pesquisadores e estudiosos da área que se manifestam favoravelmente à adoção de atitudes proativas perante as questões que afligem as comunidades locais, regionais, nacionais e até mesmo in-

ternacionais. Por exemplo, para Dias Sobrinho (1999) é fundamental que a universidade tenha qualidade, não apenas segundo critérios eficientistas e utilitaristas, os quais constituem-se no valor central do mercado, mas sim, qualidade carregada de sentido e valores fortemente sociais. Ristoff aponta Mello (1999) acrescenta ainda que o compromisso de uma universidade deve estar além da formação acadêmica e profissional, devendo contribuir, também para a formação do homem em todas as suas dimensões.

Outros exemplos podem ser encontrados em diversas instituições, nas mais distantes localidades e nas mais diversas formas e modalidades. Em Santa Catarina, o Sistema Fundacional de Ensino Superior, integrado por instituições públicas municipais de caráter comunitário, apresentam inúmeras atividades que caracterizam uma vocação socialmente responsável. A Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, por exemplo, já em seu primeiro Relatório Social contemplava diversos projetos desta natureza, tais como O Projeto de Incentivo a Maricultura, desenvolvido no Laboratório de Cultivo de Moluscos Marinhos, com o objetivo de desenvolver, aperfeiçoar e transferir tecnologias, que permitem o cultivo e exploração, de forma planejada e racional, de mariscos, ostras, vieiras e camarões, sem agredir o meio ambiente. Da mesma forma, a Fundação Universidade de Blumenau destaca-se por sua preocupação em colaborar com Projetos Sociais capazes de promover a geração de emprego e renda, principalmente no setor têxtil. Igualmente, na mesma região, a Universidade do Contestado e a Universidade do Planalto Catarinense dão inúmeros exemplos de comprometimento e responsabilidade social, com projetos voltados à tecnologia e aproveitamento da madeira e a exploração florestal de forma racional e sustentável.

Assim sendo, pode-se afirmar que as instituições universitárias estão, de modo geral, cumprindo boa parte da suas responsabilidades ao responder à sociedade algumas de suas demandas. Além disso, pode-se também dizer que projetos como os citados acima obtêm respaldo de toda a sociedade. Segundo Gasset (1999), uma das mais importantes missões da universidade é estender por equidade a setores amplos da sociedade, os conhecimentos gerados e acumulados na instituição. Para ele a universidade não produz para si mesma, pois a sua função é social.

Muitos outros autores reforçam a idéia do compromisso das instituições universitárias. Para Dias Sobrinho (1999), não só com a produção de conhecimentos e artefatos úteis a universidade cumpre sua missão, mas principalmente com o valor da ciência e da formação de todos que integram uma sociedade, sendo imprescindíveis, o respeito e o auxílio para a consolidação de valores permanentes da humanidade, como a democracia e a justiça.

A realidade contemporânea está a exigir da instituição universitária, como centro de reflexão crítica e apurada, uma postura socialmente responsável, retornando à sociedade, de forma visível e palpável, o que se constitui em seu objetivo institucional: criação e disseminação do conhecimento a serviço do "bem comum", isto é, a serviço da vida social que favoreça o desenvolvimento integral da pessoa humana. Neste sentido, não se trata apenas de um retorno cultural e econômico, mas sobretudo social.

A Responsabilidade Social da instituição universitária não implica em transformá-la em prestadora de assistências à necessitados, mas sim numa instituição que para realizar plenamente sua missão deve, ao lado do ensino, da pesquisa e da extensão, cumprir também sua quarta via, ou seja: responsabilida-

de social como uma de suas suas funções.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Responsabilidade Social é um conceito amplo e complexo. Antes de tudo, trata-se de uma obrigação, um dever. A universidade como uma instituição social deve, portanto, procurar implementar ações especiais no sentido de atender a esta que é uma de suas nobres funções.

O Instituto Ethos, define Responsabilidade Social como uma forma de conduzir os negócios da empresa, de tal maneira que a torne parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. Para a Ethos, a empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de perceber e atender os interesses dos diferentes organismos que com ela interagem: acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumi-

dores, comunidade, governo e meio-ambiente. Para isto, ela precisa incorporá-los ao seu planejamento, como estratégia de negócio.

A Universidade, especialmente a brasileira, não pode fechar-se à realidade sócio-econômico-cultural do país. Afastar-se de sua responsabilidade social e deixar de realizar uma de suas funções deixando a Educação Superior a mercê dos interesses dos grandes negócios educacionais, muitas vezes descomissionados com a busca do bem comum. Em outras palavras, ela deve unir-se com a sociedade, em direção ao futuro e a melhoria de condições da vida humana individual e associada. Deve, ainda, promover a conscientização de que a produção de conhecimento só tem sentido quando direcionados para a superação de desigualdades, injustiças e marginalização sociais e a degradação do meio ambiente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- OLIVEIRA; Lima; BORCHARDT; Yung; MORALES, Mariesa Toldo. **Responsabilidade Social das Empresas: A contribuição das universidades**. Rio de Janeiro: fundação Petrópolis, 2002.
- Benedicto, Luz e Silva. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. São Paulo: [s.n], 1997.
- COLOSSI, N. **La universidad em el contexto de las transformaciones globales**. Blumenau: Nova Letra, 1989.
- DIAS SOBRINHO, José. **Avaliação da Educação Superior**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.
- . **Concepções de universidade e de avaliação institucional**. Rio de Janeiro: Vozes; Rio Grande do Sul: CIPEDES, 1999.
- FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Dicionário de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio, 2000.
- GASSET, José O. **Missão da Universidade**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1999.
- GRAJEW, Oldrech Negócios e responsabilidade social. São Paulo: Axis Mundi: 2000.
- LEISEINGER, Klaus M. Schmitt. Karin. **Ética Empresarial: Responsabilidade global e gerenciamento moderno**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- LIMA, Ernesto Gonçalves. **Balanço Social da empresa na América Latina**. São Paulo: Pioneira, 2002.
- MARCOVITCH, Jacques. **A Universidade impossível**. São Paulo: Futura, 1998.
- MARIANO, Rosimar Pereira. Elementos Principais dos Diferentes Modelos Propostos de Balanço Social.

Revista Pensar Contábil. Rio de Janeiro, V. 3, n. 9, p. 27-32, ago./out. 2000.

MARTINS, Eliseu; RIBEIRO, Maisa de Souza. A informação como instrumento de contribuição da contabilidade para a compatibilização do desenvolvimento econômico e a preservação do meio ambiente. **Revista Interamericana de Contabilidade.** n. 60, p.31-40, out./dez 1995.

MELLO, Pedro; NOVO, Luciana F. **Universidade Empreendedora: fortalecendo os caminhos para a responsabilidade social.** Apresentado no III Colóquio Internacional de Gestão Universitária da América do Sul, Buenos Aires, Argentina, maio , 2003.

OLIVEIRA, Jacques. **A Universidade Impossível.** Ed. Futura, São Paulo, 2000.

PAIVA, Simone Bastos. Cidadania Empresarial: aspectos sociais e contábeis. **Revista Brasileira de Contabilidade**, v. 30, n. 129, maio/jun. 2001. p.29-35.

RISTOFF, Dilvo Ilvo. **Universidade em Foco:** reflexões sobre a educação superior. Florianópolis: Insular, 1999.

ROGATTO, Marcos. "Brasilianização" e Responsabilidade Social. **Gazeta Mercantil**, 09 de jan. 2001.

TOLDO, M. et al. **Responsabilidade Social Empresarial.** Rio de Janeiro: Ed. Fundação Petrópolis, 2000.

TOLDO, M. **Selos sociais e responsabilidade social corporativa:** um estudo de caso em Criciúma-SC. Florianópolis: [s.n], 2003.

Trindade, Hélgio. Apresentação Educación y, Sociedad, CRESALC-UNESCO, vol. 5, n.1/2, Caracas, 1994.

UNESCO. **Documento para mudança e desenvolvimento na Educação Superior** (1995) Disponível em:<www.unesco.com.br>. Acesso em: 26 de abril 2004.

Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio-Econômico Programa De Pós-Graduação Em Administração, Dissertação de Mestrado, Hartwig Borchardt. **Um Estudo sobre as informações que as empresas da região metropolitana de Curitiba evidenciam no Balanço Social enquanto Instrumento de acompanhamento de sua Responsabilidade Social,** Florianópolis, 2002.

www.ethos.org.br. Acesso em 18 maio 2004.

www.portalvoluntario.org.br. Acesso em 23 jan. 2004.

www.unisc.com.br. Acesso em 18 jun. 2003.