



A QUARTA VIA DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: A RESPONSABILIDADE SOCIAL

Cristina Melim Petrelli*

Nelson Colossi[^]

RESUMO

As Instituições de Ensino Superior realiza sua função social contribuindo efetivamente para o desenvolvimento da sociedade em todos seus aspectos. A Instituição de Ensino Superior, além de formar profissionais para o mercado de trabalho, tem como missão desenvolver o homem em sua totalidade, promover a cidadania participativa e estimular seus valores éticos, em tudo o que diz respeito à sobrevivência do planeta e à melhoria de condições da vida humana individual ou associada. Contudo, nem sempre a sociedade em geral percebe a amplitude da ação educadora das Instituições de Ensino Superior e, assim não a reconhecem como uma instituição promotora da transformação social.

O ex-ministro da Educação Cristovam Buarque sinalizou, em dezembro próximo passado, as possíveis mudanças na política de Avaliação do Ensino Superior, que poderão medir o envolvimento institucional com a sociedade por um peso menor na composição do cálculo para o conceito final do curso. Desta forma, espera-se que as Instituições de Ensino Superior possam adequar-se a esta nova realidade, onde a responsabilidade social reflete o ponto central de interesse das Instituições, bem como sua legitimidade junto à sociedade onde ela está inserida.

Este artigo procura demonstrar que a missão das Instituições de Ensino Superior vai além de suas funções básicas de Ensino, Pesquisa e extensão. Ou seja, a missão institucional de uma IES inclui a Responsabilidade Social.

Palavras – Chave: Responsabilidade social; Universidade.

* **Cristina Melim Petrelli** - Graduada em Ciências Contábeis pela Fundação Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI; Membro da Equipe de Filantropia e Docente da UNIVALI; Docente na Fundação Educacional de Brusque (UNIFEBE) no Curso de Ciências Contábeis e Administração; Docente na Faculdade Avantis no Curso de Administração; Contadora registrada no CRC SC, Mestranda em Administração/UFSC.

[^] **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 / UFRG.



INTRODUÇÃO

A capacidade do governo para o pleno desempenho de suas funções sociais é, em geral, limitada por inúmeros fatores políticos e econômicos. Por outro lado, o mundo contemporâneo está a exigir urgentes e profundas mudanças societárias, incluindo segurança contra atentados terroristas, fome e desigualdades e injustiças sociais, voltadas a formação de uma cidadania construtiva e participativa, para que cada ser humano possa exercer efetivamente seu papel na sociedade.

Na realidade, consensualmente, é urgente a resolução de diversos problemas sociais ameaçadores à paz e à vida no planeta. Embora já se observam mudanças neste sentido, muito ainda há de ser feito. Diversos exemplos mostram que alguns setores da sociedade já estão posicionados em relação aos problemas sociais existentes e estão apresentando novas atitudes e práticas inovadoras em busca de soluções. As instituições universitárias desempenham um papel importante neste contexto.

A instituições universitárias, cientes de suas responsabilidades no processo de mudanças, estão cada vez mais empenhadas na redefinição de seu papel na sociedade. Preocupam-se em melhor direcionar seus recursos, humanos e tecnológicos, rumo à necessidades da vida humana individual e associada. Na realidade a redefinição da missão da instituição universitária consubstancia-se em ações que refletem sua responsabilidade como uma instituição social, não podendo, portanto estar desligada da realidade que a cerca e dos problemas sociais, econômicos e ambientais do contexto onde ela está inserida. De fato, a nobre missão da instituição universitária é formar uma liderança intelectual e científica, eticamente comprometida com a cidadania e qualificada profissionalmente para enfrentar as necessidades presentes e futuras da sociedade.

Assim, diante deste contexto, este artigo defende a ampliação das funções tradicionais da instituição universitária: Sugere-se acrescentar em suas funções tradicionais – Ensino, Pesquisa, Extensão, mais outra de igual relevância: Responsabilidade Social. Procura-se lançar algumas luzes para a melhor compreensão do significado de Responsabilidade Social, para a seguir, oferecer algumas considerações reflexivas para a inclusão desta função como a quarta dimensão da missão das instituições universitárias na sociedade moderna.

1. ASPECTOS CONCEITUAIS BÁSICOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Responsabilidade Social, como área de estudo, é um tema recente. De acordo com Oliveria (2000), a primeira preocupação em torno desta temática teve início na década de 50, 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 nos anos 80, na medida em que passa a ser associado aos meios empresariais e acadêmicos como a 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). Esta



IV Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul

Florianópolis, 8, 9 e 10 de dezembro de 2004



campanha, por sua abrangência e dimensão, foi considerada por muitos autores como um verdadeiro marco da aproximação dos empresários com ações sociais mais efetivas.

1.1. Definindo o termo “RESPONSABILIDADE”

Responsabilidade, segundo o dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, é um termo que designa a obrigação de responder pelas ações próprias ou de outros. Assim, qualquer definição de Responsabilidade Social direciona o seu entendimento à idéia de obrigatoriedade. Ou seja, Responsabilidade Social é, antes de tudo, um dever. Em termos mais específicos, a expressão “responsabilidade social” assume conotações particulares e, conforme seu campo de aplicação sugere diferentes interpretações. Da mesma forma o Dicionário de Ciências Sociais da Fundação Getúlio Vargas explora o termo “responsabilidade” em seus vários sentidos. Ou seja, em seu significado essencial, o termo designa o ato de responder pelo desempenho de cargo, incumbência ou dever, implicando na obrigatoriedade de prestação de contas. Com relação a aplicação do termo ao âmbito da Administração Pública, “responsabilidade” subentende a capacidade das autoridades públicas de praticarem certos atos discricionários, independente de qualquer orientação e com liberdade para agir sem demasiadas 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 e, embora pressuponha algum fundamento legal, seu ponto de referência é, geralmente, um padrão de conduta, de obrigação ou controle do exercício de função pública e, além disso, esses padrões podem ser espirituais ou éticos, sociopsicológicos ou institucionais e podem ser sobrepostos, ou seja, não se excluem mutuamente. Assim sendo, ainda de acordo com o Dicionário de Ciências Sociais da Fundação Getúlio Vargas, a “responsabilidade”, concebida em sentido amplo como dever, obrigação ou contraprestação manifesta-se nos mais diversos campos da atividade humana, que lhe imprimem determinadas características, permitindo a identificação, dentro de um quadro geral, de espécies de responsabilidade, como a jurídica, social, civil ou outras.

1.2. O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

Além dos fatos e acontecimentos acima apresentados, outro de igual relevância merece ser apontado. Trata-se da criação, em 1998 do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, fundado pelo empresário Oded Grajew. O Ethos, de acordo com seus estatutos, foi constituído para servir de elo de ligação entre empresas e 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 Ethos, “a responsabilidade social vai além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade. Significa mudança de atitude numa perspectiva de gestão empresarial com 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.



IV Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul

Florianópolis, 8, 9 e 10 de dezembro de 2004



A missão do Instituto Ethos é “Mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa”. No cumprimento de sua missão, o Instituto Ethos oferece aos associados uma série de atividades que visam ajudar as empresas a compreender e incorporar de forma progressiva o conceito do comportamento empresarial socialmente responsável; implementar políticas e práticas que atendam a elevados critérios éticos, contribuindo para alcançar sucesso econômico sustentável em longo prazo; assumir suas responsabilidades com todos aqueles que são impactados por suas atividades; demonstrar aos seus acionistas a relevância de um comportamento socialmente responsável para retorno em longo prazo sobre seus investimentos; identificar formas inovadoras e eficazes de atuar em parceria com as comunidades na construção do bem-estar comum; prosperar, contribuindo para um desenvolvimento social, econômico e ambientalmente sustentável.

2. O SIGNIFICADO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Assim com o termo isolado detém diferentes designações e aplicações, a expressão “responsabilidade social” merece algumas considerações conceituais. Neste sentido, Ashby (2003), lembra que alguns autores atribuem à “responsabilidade social” a idéia de obrigação legal, enquanto outros a consideram um dever fiduciário, e outros, ainda, que a vêem como uma atitude ética ou uma contribuição caridosa.

Contudo, no contexto da sociedade contemporânea, observa-se, cada vez mais, uma crescente conscientização geral, no sentido de responsabilizar as organizações, públicas ou privadas, a assumirem efetivamente um papel mais amplo em relação à sua “responsabilidade social”, não apenas diante de seus clientes, mas à frente de todo seu público de interesse, incluindo a sociedade como um todo. De fato, esta tendência tem levado muitas organizações a construir e consolidarem uma “cidadania organizacional”, apontando direitos e deveres da organização em relação à sociedade onde está 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. Ashby (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, os objetivos e interesses sociais. Por esta razão, Para Benedicto (1997, p.76-77), toda organização tem responsabilidade social e, é seu dever “pensar no bem-estar da sociedade, e não apenas no lucro”. Para ele, a responsabilidade social é percebida como o dever da organização em auxiliar a sociedade no alcance de seus objetivos. É uma das maneiras de mostrar que “não visa apenas explorar recursos econômicos e humanos”, mas também contribuir com o desenvolvimento social”.

Em sua análise das empresas brasileiras, Grajew (2001) defende que a conscientização do empresariado para a 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 ele, 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 extrema desigualdade social que hoje caracteriza a sociedade brasileira.

Dessa forma, pode-se caracterizar a responsabilidade social de uma organização como seu compromisso com o bem-estar e 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 (2002) 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, p.107), a organização incorpora em seus valores e em suas atividades uma ética empresarial como diretriz e pré-requisito fundamental “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. Segundo Grajew (2003) a responsabilidade social numa organização sustenta-se na importância, ou seja, no poder ações socialmente responsáveis, pois estas são meios concretos de influência transformadora da sociedade como um todo. Assim, a organização exerce uma força muito expressiva e de grande relevância no processo de mudanças sociais e criando e exerce forte ascendência na formação de idéias, de valores, nos impactos concretos na vida das pessoas, das comunidades, da sociedade em geral.

2.2. Responsabilidade Social Empresarial

A estudo da Responsabilidade Social Empresarial aponta para um conceito mais dinâmico e consistente. Comporta a idéia do processo de transformação social e é embasado numa visão que parece ultrapassar o tecnicismo “administrativista” que busca acima de tudo resultados para a empresa. Na realidade, a questão apresenta diversas facetas.

Para (YUNG; MORALES, 2002) as empresas enfrentam desafios relativos a novas tecnologias, competitividade, produtividade, redução de custos, saturação de mercados tradicionais e necessidade de abertura de novos mercados, dentre outros. Além desses, apresenta-se também o desafio social, que originado de diferentes demandas da sociedade. Assim a responsabilidade social empresarial é entendida como o relacionamento ético da empresa com todos os grupos de interesse que influenciam ou são impactados por sua atuação assim como o respeito ao meio ambiente e investimento em ações sociais. É a expansão e evolução do conceito de empresa para além de seu



IV Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul

Florianópolis, 8, 9 e 10 de dezembro de 2004



ambiente interno. Na medida em que a empresa está inserida na sociedade, observa-se uma relação de interdependência entre ambas.

Por esta razão pode-se afirmar que a adoção da responsabilidade social por uma empresa pode trazer benefícios tanto para a sociedade como para ela mesma. Assim conforme defende (Yung & Morales, 2002, p. 39), “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 estes autores, 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 da empresa, que à curto, médio ou longo prazo. Resultados efetivos em relação à imagem externa corporativa e à motivação interna de seus colaboradores refletem em vantagens competitivas por sua influência na cadeia produtiva da organização e, portanto em seus resultados estratégicos. 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 os benefícios já descritos, 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 somente ganhou espaço no final da década de 80, consolidando-se, cada vez mais nos últimos anos. Por outro lado, uma rápida análise na literatura a respeito mostra que, dentre os fatores influenciadores da evolução da Responsabilidade Social, destacam-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, provocando incerteza e instabilidade ameaçadoras à sobrevivência, bem como a insuficiência do Estado, como assistencialista e provedor de recurso e bem estar social, são fatores decisivos, exigem das organizações maior participação e responsabilidade na condução da vida humana associada.

Assim, a atuação das organizações voltadas para a responsabilidade social vem ganhando grande importância, à medida que dão sua contribuição para o equacionamento das questões sociais, ao mesmo tempo em que ganham reputação e respeito por parte dos consumidores, desta forma a expressão Responsabilidade Social toma uma dimensão maior neste contexto social.

De fato, a Responsabilidade Social vem, na verdade, tornando-se num diferencial competitivo eficaz para as empresas enfrentarem no mercado seus concorrentes. 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.



IV Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul

Florianópolis, 8, 9 e 10 de dezembro de 2004



São inúmeros exemplos de empresas brasileira, hoje, investindo em práticas socialmente responsáveis. Apenas para mencionar algumas delas, destacam-se a Petrobrás, o Banco do Brasil, a Amanco, a Natura, e muitas outras. Em todos os casos, a questão que se impõem é: o que levou estas empresas a evoluírem de práticas de ações sociais ou assistencialistas para uma abordagem consistente na resposta à sociedade em que se insere, não como uma contribuição caridosa, mas sim como um dever fiduciário.

Nestes termos, a Responsabilidade Social na empresa torna-se um conceito estratégico, buscando, passo a passo, tornar a “responsabilidade” parte do seu negócio, sem perder, no entanto o foco comercial. Embora, não exista ainda um consenso sobre o significado preciso de uma empresa socialmente responsável, alguns esforços neste sentido ter oferecido resultados positivos.

3. RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

A Universidade ao longo de sua história vem contribuindo de forma marcante no processo de construção do futuro da humanidade. Neste sentido, tem provocado muitas reflexões, especialmente no meio acadêmico, com vistas a uma redefinição de seu papel frente ao cenário atual, especialmente porque a Universidade, acima de tudo, é uma instituição 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

Uma Instituição Social caracteriza-se pela estabilidade e durabilidade de sua missão. Além disso, uma instituição social é estruturalmente assentada em normas e valores emanados do grupo ou sociedade onde ela se insere. Uma Instituição Social é, fundamentalmente, um ideal, uma noção, uma doutrina. Assim, a Universidade é uma Instituição Social, estável e duradoura, concebida a partir de normas e valores da sociedade e, sobretudo a Universidade é um ideal.(COLOSSI, 1989).

Da mesma forma, Gasset (1999, p. 23) defende que a universidade exerce um papel além da sua missão: “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.

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 cresce e consolida sua 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



IV Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul

Florianópolis, 8, 9 e 10 de dezembro de 2004



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 1400 instituições de ensino, das quais, 1400 são instituições privadas e 200 são públicas, atendendo 3 000 000 (três milhões) de estudantes, aproximadamente. Observa-se, ainda, que em torno de 70 por cento do total de estudantes matriculados, quase 70 por cento atendem instituições privadas. Em Santa Catarina, particularmente, o ensino superior matricula um pouco menos de 100 000 estudantes.

Este rápido panorama evidencia a importância da instituição universitária neste país, destacando, assim sua legitimidade e corroborando a sua posição como uma das mais respeitadas instituições sociais no Brasil, pois o acesso e a busca de oportunidade educacional superior é um alto valor na sociedade brasileira, onde a Educação Superior é, acima de tudo, um sonho a ser realizado.

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 (2003), ao lado de sua respeitabilidade, a instituição universitária tem recebido críticas por parte da sociedade onde está inserida e a quem serve. A instituição é acusada de ser uma instituição dissociada da realidade social e, que apenas repassa conhecimentos, tendo se transformado num órgão corporativo e burocratizado. De fato, estas críticas devem ser consideradas e analisadas continuamente, pois elas refletem um ambiente de crises que demandam readequações a novas exigências societárias. 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. Saber conduzi-la neste mar de turbulências que caracteriza a instituição universitária e a própria sociedade, é o grande desafio. Inclui-se neste contexto, a predisposição da universidade em constituir sua quarta via ou dimensão. Ou seja, além de Ensino, Pesquisa e Extensão, a Universidade precisa atender mais uma função: Responsabilidade Social.

3.2. Experiências em Responsabilidade Social nas Instituições de Ensino Superior

As universidades são constituídas em três vias ou funções básicas: ensino, pesquisa e extensão. Trata-se de um conjunto harmônico e indissociável, pois a interação entre elas consubstancia a própria razão de ser uma instituição universitária. Estas funções, ou seja, estas vias da missão universitária permitem a formação, não apenas de profissionais, mas também de indivíduos capazes de exercer plena cidadania e a participar efetivamente na condução dos rumos societários.

Contudo, numa análise mais crítica da realidade funcional da instituição universitária percebe-se algumas distorções significativas em seus três campos de atividades: ensino, pesquisa e extensão. Na realidade, as crescentes distorções do ambiente macrossocietário, afetam



IV Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul

Florianópolis, 8, 9 e 10 de dezembro de 2004



marcadamente as instituições universitárias e exigem reavaliação de seus compromissos, não só acadêmicos, mas também com a sociedade onde ela serve, ampliando, cada vez mais, sua rede de projetos voltados à sua responsabilidade social como uma de suas funções básicas. Este comprometimento explora uma postura ética substantiva e comprometida com o resgate da cidadania. Acima de tudo, a instituição universitária assume uma posição de co-responsabilidade, na busca do bem-estar público em articulações com as políticas sociais.

Instituições como a UNESCO, tem procurado delinear papéis fundamentais a serem exercidos pelas instituições universitárias, especialmente quando considerado o processo de globalização, por requerer uma conscientização plena dos problemas culturais, ambientais e sociais. A UNESCO reafirma a importância do papel das universidades no fomento dos valores éticos e morais na sociedade e na promoção do espírito cívico de participação ativa entre os futuros profissionais. 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, p. 39).

Manifestações nessa direção têm sido expressas por estudiosos da área e indivíduos preocupados com questões que dizem respeito à definição de responsabilidades e à adoção de atitudes proativas das instituições universitárias perante questões que afligem as comunidades locais, regionais, nacionais e até mesmo internacionais. Dias Sobrinho (1999) alerta ser fundamental que a universidade tenha qualidade, não segundo os critérios eficientistas e utilitaristas que constituem o valor central do mercado, coração do capitalismo neoliberal, mas sim, qualidade carregada de sentido e valores fortemente sociais. Da mesma forma Ristoff (2000) acrescenta ainda que o compromisso de uma instituição universitária, verdadeiramente comprometida com a sociedade a que serve, deve estar além da formação acadêmica e profissional, devendo contribuir na formação do homem em todas as suas dimensões.

Neste sentido, algumas instituições têm procurado aliar às funções de ensino, pesquisa e extensão seus esforços de comprometimento com os problemas da sociedade e com o atendimento das demandas sociais mais urgente de suas comunidades. Vários exemplos concretos, nesse sentido, podem ser citados. Assim, a título de ilustração, apresentam-se a seguir as experiências de três instituições universitárias preocupadas em concretizar seus compromissos e responsabilidades sociais com a sociedade, devolvendo-lhe alguns dos benefícios acumulados e gerados pelo conhecimento criado em suas salas de aulas e laboratórios.

Da mesma forma, instituições públicas federais, como a Universidade Federal de Pernambuco têm implementado ações comprometidas com sua responsabilidade social. O Programa Universidade para Todos é um projeto que defende o desenvolvimento de uma consciência nacional, voltado aos jovens, tanto os marginalizados sociais, quanto os representantes das elites. Este Projeto teve seu início inspirado na idéia de criação de uma espécie de serviço civil que envolvesse o corpo discente e garantisse aos participantes créditos em seus cursos regulares de graduação. O Programa Universidade para Todos é, sem dúvidas, um exemplo importante do estímulo à cidadania por intermédio da integração entre as funções de ensino, pesquisa e extensão. Esta experiência mereceu o referendo do Congresso Nacional, mediante a criação do Programa de Desenvolvimento da Extensão Universitária do Plano Nacional de Educação e deverá ser estendido, em curto prazo, a todas as instituições federais de ensino superior brasileira, tendo como meta central oportunizar a todos acadêmicos dos cursos de Graduação a participação em projetos e atividades de extensão universitária, como parte integrante de seus currículos. (www.portaldovoluntario.org.br, acesso em 23/01/2004).



IV Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul

Florianópolis, 8, 9 e 10 de dezembro de 2004



A Universidade do Vale do Itajaí é outra instituição universitária que tem estendido as fronteiras de suas obrigações institucionais em direção a suas responsabilidades sociais. A UNIVALI, de Santa Catarina mostra em seu primeiro relatório social que está contemplando significativamente o interesse em promover projetos de natureza social: são mais de 100 projetos sociais, num total de 320 em andamento no ano de 2003. Em seu relatório destacam-se vários projetos endossando sua preocupação com a comunidade de sua área de influência. Por exemplo, o Projeto de Incentivo à Matrícula, 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. A UNIVALI através desse projeto pretende colaborar com a geração de emprego e renda, principalmente nas comunidades litorâneas.

As experiências acima são respaldadas nas palavras de Gasset (199), quando sustenta que uma das mais importantes missões da universidade é estender por equidade a setores amplos da sociedade, os conhecimentos gerados e acumulados na instituição. Igualmente para Dias Sobrinho (1999 p. 106), a universidade não produz para si mesma, a sua função é social. Para este autor, compromisso das instituições universitárias não somente sustenta-se na produção de conhecimentos e artefatos, 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. (Dias Sobrinho, 1999).

Lembrando as palavras do Papa João XXIII na Encíclica Mater et Magistra, “o bem comum é o conjunto de todas as condições de vida social que consistam e favoreçam o desenvolvimento integral da pessoa humana”, pode-se perceber que a instituição universitária tem o dever de produzir e transmitir o conhecimento, colocando-o a serviço do bem comum. Não se trata, somente, de um retorno cultural e econômico; trata-se de um retorno social fundamentado na solidariedade e na busca do bem comum à sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A “Responsabilidade Social”, conceito amplo e complexo, é antes de tudo uma obrigação, um dever, logo, a universidade como uma instituição social deve implementar ações especiais no sentido de atender a esta que é a mais nobre de suas funções.

A Universidade, em especial a brasileira - mesmo com sua pequena idade - não pode fechar os olhos à realidade sociocultural de nosso País. O descompromisso com sua responsabilidade social deixará o país a mercê dos interesses dos grandes grupos econômicos que exploram e



IV Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul

Florianópolis, 8, 9 e 10 de dezembro de 2004



poluem, visando apenas ao lucro e sem nenhum comprometimento com o bem estar do povo dos países explorados.

Em outras palavras, uma Universidade deve cuidar para que tenha meios próprios de desenvolver atividades, unindo diretamente o futuro profissional com o destinatário de seus serviços ou trabalho; deve transmitir a consciência de que a produção de conhecimento só tem sentido quando estes mesmos conhecimentos são direcionados para a libertação e para a superação das dificuldades do ser humano marcado por formas graves de injustiça, de marginalização social e de degradação do meio ambiente.

A Responsabilidade Social de uma instituição universitária não implica em transformá-la em prestadora de serviços assistenciais; porém, implica, necessariamente, num trabalho interativo entre os futuros profissionais que se deseja formar e os imediatos necessitados dos serviços prestados por estes profissionais. Assim, estar-se-á formando um profissional e, principalmente, um cidadão que teve contato entre o saber teórico e a necessidade sociocultural prática. Este profissional sentirá, desde cedo a necessidade de uma formação, não só profissional, mas ética e moral, voltada a melhoria da qualidade de vida social, com efetivas demonstrações de interesse e participação no trato do humano.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Leiseinger, Klaus M. Schmitt. Karin. **Ética Empresarial: Responsabilidade global e gerenciamento moderno.** Editora Vozes, 2001, p. 86 a 93

Ashley, Patrícia Almeida. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios.** Editora Saraiva, 2003

Gasset, José O. **Missão da Universidade.** Rio de Janeiro. Ed. UERJ, 1999.

Benedicto, Luz e Silva. **Responsabilidade social e cidadania empresarial : a administração do terceiro setor.** São Paulo, 1997

Dias Sobrinho, José. **Concepções de universidade e de avaliação institucional.** In: Universidade em Ruínas: na república dos professores. Petrópolis, RJ: Vozes/ Rio Grande do Sul: CIPEDS, 1999.

Dias Sobrinho, José. **Avaliação da Educação Superior.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000

Grajew, Oldrech **Negócios e responsabilidade social.** In: Esteves, S. (Org. O dragão e a borboleta: sustentabilidade e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Axis Mundi: 2000.

Marcovitch, Jacques. **A Universidade Impossível.** Ed. Futura, São Paulo, 1998.

Mariano, Rosimar Pereira. **Elementos Principais dos Diferentes Modelos Propostos de Balanço Social.** Revista Pensar Contábil. Rio de Janeiro: ano III, nº 09, 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.** nº 60, p.31-40, out/dez 1995.

Mello, Pedro e Novo, Luciana F. Artigo: **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.

Paiva, Simone Bastos. **Cidadania Empresarial: aspectos sociais e contábeis.** Revista Brasileira de Contabilidade, ano XXX, nº 129, maio/junho 2001, p.29-35

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

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. **Orientadora: Ilse Maria Beuren, Dra. (COLOCAR DE ACORDO COM ABNT)**



IV Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul

Florianópolis, 8, 9 e 10 de dezembro de 2004



Trindade, Héglio. Apresentação *Educación y, Sociedad*, vol. 5, n.1 e 2, CRESALC-UNESCO, Caracas, 1994.

Rogatto, Marcos. “**Brasilianização**” e **Responsabilidade Social**. *Gazeta Mercantil*, p. 02. 09 de janeiro de 2001.

UNESCO. *Documento para mudança e desenvolvimento na Educação Superior*, 1995.

www.unisc.com.br, acesso em 18/6/2003 às 14:30 horas.

www.ethos.org.br, acesso em 18/5/2004 às 21 horas.

<http://www.portaldovoluntario.org.br> , acesso em 23/01/2004 às 16:35 horas.