

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NA PERCEPÇÃO DOS ALUNOS

MARIA SALVELINA MARQUES LOURENÇO

Universidade de Fortaleza - UNIFOR

salvelinalourenco@gmail.com

ROSEILDA NUNES MOREIRA

Faculdade de Ciências da Administração de Petrolina

roseildanm@gmail.com

Agradecemos a CAPES o inestimável apoio.

Área temática: Gestão Socioambiental

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NA PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO DA CIDADE DE FORTALEZA

Resumo

Responsabilidade social empresarial (RSE) é um tema de grande relevância, especialmente pela contribuição que poderá trazer para a construção de uma sociedade sustentável. O objetivo deste artigo foi descrever a percepção dos alunos dos cursos de administração da cidade de Fortaleza sobre RSE e sobre o ensino dessa disciplina na graduação. Para tanto, foram realizadas entrevistas com vinte alunos do último ano do curso de administração de duas instituições de ensino superior, sendo uma pública e uma privada. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva. Os resultados revelaram que mais da metade dos entrevistados (55%) manifestaram dúvida ou descreveram esse tema vagamente, como algo relacionado à sociedade. Os demais (45%) vincularam RSE a responsividade social, gestão das partes interessadas, filantropia, ética, transparência e sustentabilidade. As práticas de RSE foram questionadas e o ensino foi considerado superficial. Conclui-se, portanto, que RSE é um tema que suscita muitas dúvidas e questionamentos. Seu conceito ainda está em processo de construção, suas práticas não são suficientemente convincentes e seu ensino não é considerado satisfatório.

Palavras-chave: Responsabilidade social empresarial. Práticas de responsabilidade social empresarial. Ensino de responsabilidade social empresarial.

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) is a topic of great importance, especially the contribution they can bring to building a sustainable society. The aim of this article was to describe the perceptions of students of management in Fortaleza on CSR and on the teaching of this subject in graduation. To get it, interviews were conducted with twenty students in their final year of administration course in two universities, one public and one private. It is a qualitative, exploratory and descriptive research. The results showed that over half of respondents (55%) expressed doubt or vaguely described this theme as something related to society. The rest (45%) linked CSR social responsiveness, stakeholder management, philanthropy, ethics, transparency and sustainability. Practices CSR were questioned and teaching was considered superficial. We conclude, therefore, that CSR is a topic that raises many doubts and questions. Your concept is still in construction, their practices are not sufficiently convincing, and his teaching is not considered satisfactory.

Keywords: Corporate social responsibility. Practices of corporate social responsibility. Teaching of corporate social responsibility.

1 INTRODUÇÃO

Responsabilidade social empresarial (RSE) é um tema de grande relevância, especialmente pela contribuição que poderá trazer para a construção de uma sociedade sustentável. Nessa perspectiva, compreender o significado de RSE é fundamental, para que esse fenômeno possa ser operacionalizado de forma consistente com os pressupostos que lhe dão sustentação.

Entretanto, apesar dos inúmeros estudos já realizados sobre esse tema, ainda não há consenso acerca do seu conceito (ASHLEY, 2005; CARROLL, 1979; CARROLL; SHABANA, 2010; KRAEMER, 2005; MCWILLIAMS; SIEGEL; WRIGHT, 2006; NEVES; DIAS, 2012). Verifica-se uma pluralidade de conceitos e de nomenclaturas, o que pode suscitar distorções, manipulações e incongruências no entendimento e nas práticas de RSE.

Segundo Ashley (2005, p. 63), “[...] é notória a predominância de várias interpretações” da responsabilidade social. McWilliams, Siegel e Wright (2006) alertam que inúmeras definições de *corporate social responsibility* (CSR) foram propostas, muitas delas pouco claras, o que torna difícil o desenvolvimento teórico do tema e a sua mensuração. Carroll e Shabana (2010, p. 89) afirmam que, ao longo do último meio século, muitas definições diferentes de *corporate social responsibility* (CSR) foram estabelecidas. Os autores argumentam que, uma pesquisa realizada por Dahlsrud, em 2006, identificou 37 definições de CSR, entretanto, “esse número subestima o número real, porque muitas definições derivadas da academia não foram incluídas, devido à metodologia de identificação.”

Percebe-se, pois, que RSE é um tema que ainda demanda muito estudo para a sua efetiva compreensão, operacionalização e mensuração. Nesta perspectiva, conhecer o entendimento dos alunos dos cursos de administração sobre RSE assume elevada relevância, pois sendo os potenciais gestores organizacionais do futuro, precisam ter clareza do significado, das implicações e da operacionalização desse fenômeno.

Nesse contexto, este estudo parte da seguinte questão: qual é a percepção dos alunos dos cursos de administração sobre RSE e sobre o ensino dessa disciplina na graduação?

Para responder esta questão, este estudo tem o objetivo de descrever a percepção dos alunos dos cursos de administração da cidade de Fortaleza sobre RSE e sobre o ensino dessa disciplina na graduação. Especificamente, pretende-se: a) investigar a percepção dos alunos sobre o conceito de RSE; b) apresentar as práticas de RSE identificadas pelos alunos, em seus ambientes de trabalho; c) demonstrar a opinião dos alunos sobre o ensino da RSE nos cursos de administração.

Este estudo justifica-se porque permitirá conhecer o entendimento dos alunos dos cursos de administração sobre RSE e refletir sobre a necessidade ou não de reorientação da formação dos futuros gestores organizacionais. Além disso, espera-se que este estudo possa lançar luzes sobre o entendimento do significado de RSE e contribuir com a reflexão orientada para a origem dos problemas que reclamam uma postura empresarial socialmente responsável.

Destaque-se que *corporate social responsibility* (CSR) é espécie do gênero responsabilidade social empresarial (RSE). Esta alcança todas as empresas enquanto aquela se limita a um tipo de empresa: a sociedade anônima de capital aberto.

Este trabalho conta com cinco seções, além desta introdução. A seção 2 trata de RSE. A seção 3 ocupa-se do ensino de RSE. A seção 4 descreve os aspectos metodológicos que orientam esta pesquisa. A seção 5 apresenta e discute os resultados desta investigação. A seção 6 relata as principais conclusões deste estudo, mostra o alcance do seu objetivo, apresenta suas limitações e recomenda a realização de novos estudos.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

RSE é um conceito em evolução, que vem apresentando diferentes abordagens, de acordo com as diferentes épocas e situações. Carroll (1999, p. 270) afirma que uma das primeiras definições de CSR foi apresentada por Bowen (1953), nos seguintes termos: “Refere-se às obrigações dos empresários para perseguir essas políticas, para tomar essas decisões ou seguir as linhas de ação que são desejáveis em termos de objetivos e valores da nossa sociedade.”

Wood (1991, p. 693) propôs um modelo de *corporate social performance* (CSP), como “uma configuração dos princípios de responsabilidade social, processos de responsividade social, e políticas, programas e resultados observáveis nos negócios das organizações, que dizem respeito às relações sociais da empresa.”

Frederick (1994, p. 151) fez a distinção entre *Corporate Social Responsibility* (CSR1) e *Corporate Social Responsiveness* (CSR2). A CSR1 refere-se ao conceito ético-filosófico da responsabilidade social corporativa e significa a “obrigação das corporações para trabalhar para melhoria social”, enquanto a CSR2 assume um conceito de gestão orientada para a ação no sentido de uma resposta social ou responsividade social, definida como “a capacidade de uma empresa para responder à pressão social” (FREDERICK, 1994, p. 150).

Ashley, Coutinho e Tomei (2000, p. 1) afirmam que “O conceito de responsabilidade social vem consolidando-se como um conceito intrinsecamente interdisciplinar, multidimensional e associado a uma abordagem sistêmica, focada nas relações entre *stakeholders* associados direta e indiretamente ao negócio da empresa.”

Ashley (2005, p. 42) declara que “empresa socialmente responsável é aquela que está atenta para lidar com as expectativas dos seus *stakeholders* atuais e futuros, na visão mais radical de sociedade sustentável.”

Kraemer (2005, p. 1) entende que “O exercício da responsabilidade social corporativa está associado à noção de sustentabilidade, que visa conciliar as esferas econômica, ambiental e social na geração de um cenário compatível à continuidade e à expansão das atividades das empresas no presente e no futuro.”

Barbieri e Cajazeira (2009, p. 4), referem-se à RSE como “um meio para alcançar um objetivo maior, a sustentabilidade organizacional”.

Carroll (1979, p. 498) destaca os ‘três círculos concêntricos’ da Comissão de Desenvolvimento Econômico (1971), como uma das primeiras abordagens que incorporou interesses econômicos e não econômicos na definição de responsabilidade social. O círculo interno contempla as responsabilidades básicas referentes à execução eficiente da função econômica. O círculo intermediário significa o exercício da função econômica com uma consciência sensível aos valores e prioridades da sociedade. O círculo externo, por seu turno, representa responsabilidades emergentes e ainda amorfas que as empresas devem abraçar, como uma forma de envolvimento com a melhoria do meio social.

Observa-se, pois, uma pluralidade de ideias relacionadas a RSE (ora como obrigação, respondendo pelos impactos causados, ora como voluntária, promovendo melhorias para a sociedade, ora como gestão das partes interessadas, conciliando os variados e, às vezes, contraditórios interesses) e, ao mesmo tempo, uma multidimensionalidade em torno do tema (econômica, social e ambiental).

Com o propósito de ajudar a esclarecer e integrar várias correntes de definição de RSE, Carroll (1979) propôs um modelo conceitual que descreve aspectos do desempenho social das empresas. Em sua revisão bibliográfica, o autor identificou os seguintes significados de responsabilidade social, elencados na Figura 1.

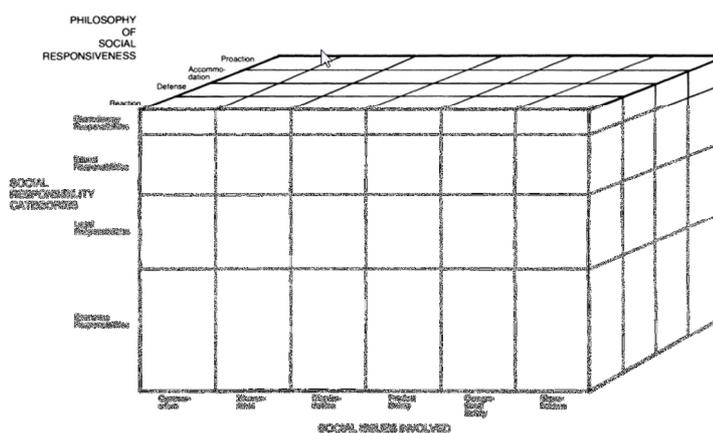
Figura 1 – Significados de RSE identificados por Carroll (1979)

Significado de RSE	Autor
Somente fins lucrativos	Friedman (1962, 1970)
Indo além da obtenção de lucros	Davis (1960), Backman (1975)
Indo além das exigências econômicas e legais	McGuire (1963)
Atividades de voluntariado	Manne (1972)
Atividades econômicas, legais e voluntárias	Steiner (1975)
Os círculos concêntricos, cada vez mais amplos	CED (1971)
Problemas sociais ou áreas de envolvimento	Hay, Gray e Gates (1976)
Sensibilidade/ responsividade	Eells e Walton (1961) Ackerman e Bauer (1976), Sethi (1975), Frederick (1978)

Fonte: adaptado de Carroll (1979, p. 499).

Os pontos de vista mostrados na Figura 1 corroboram a diversidade conceitual que envolve a RSE. Com base nessas ideias, Carroll (1979) propôs um modelo de Performance Social Corporativa, ilustrado na Figura 2, que descreve três aspectos do desempenho social das empresas: as categorias de responsabilidade social corporativa ou sua natureza, os problemas ou questões sociais que as organizações devem abraçar e a filosofia das organizações ou o seu modo de resposta social.

Figura 2 – Modelo de Performance Social Corporativa



Fonte: Carroll (1979, p. 503).

O Modelo de Performance Social Corporativa apoia-se no seguinte conceito: “A responsabilidade social das empresas engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem das organizações em um determinado ponto no tempo” (CARROLL, 1979, p. 500). Neste modelo, expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias constituem as categorias de RSE ou sua natureza.

As responsabilidades econômicas dizem respeito à produção de bens e serviços que a sociedade deseja e que deverão ser vendidos com lucro. As responsabilidades legais são as expectativas da sociedade, no sentido de que as empresas cumpram a sua missão econômica de acordo com as exigências das normas jurídicas. As responsabilidades éticas, por seu turno, compreendem as expectativas da sociedade não codificadas em lei. Finalmente, as responsabilidades discricionárias são as atividades sobre as quais a sociedade não expressa uma expectativa clara, ficando a sua realização a critério da empresa. Compreendem, portanto, as atividades voluntárias. A essência dessas atividades é que, se uma empresa não participar delas não é considerada antiética por si só (CARROLL, 1979).

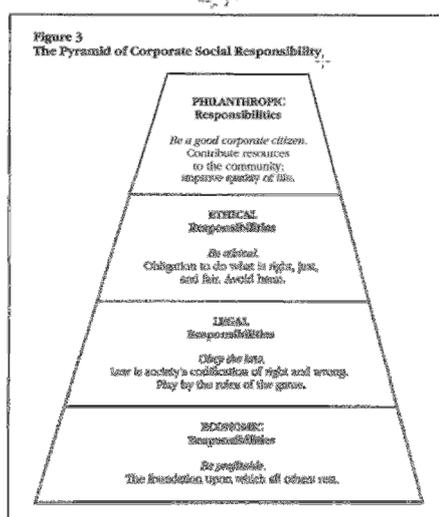
As questões sociais ou áreas de envolvimento da RSE passam por mudanças, tanto ao longo do tempo como em relação ao setor em que a organização está inserida. As questões

sociais utilizadas por Carroll (1979), em sua estrutura conceitual, foram: acionistas, segurança ocupacional, segurança do produto, discriminação, meio ambiente e consumismo. Segundo o autor, essas questões são apenas ilustrativas, pois cada organização deve avaliar cuidadosamente os problemas sociais que devem ser contemplados em seus planos de desempenho social corporativo.

O terceiro aspecto do Modelo de Performance Social Corporativa aborda a filosofia, modo ou estratégia de resposta às questões sociais, ou seja, a capacidade de resposta social ou responsividade. Segundo Carroll (1979), essa capacidade de resposta social refere-se ao grau e tipo de ação gerencial, que pode variar em um contínuo compreendido entre não fazer nada a fazer muito. Em seu modelo, o autor utilizou as seguintes filosofias: reativa, defensiva, adaptativa e proativa.

Dando continuidade às suas pesquisas sobre RSE, Carroll (1991) propôs a Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa, demonstrada na Figura 3, que contempla os seguintes aspectos: aprofunda o estudo da natureza da RSE, faz uma integração com a ideia de *stakeholders* e isola o componente ético da RSE para relacioná-lo com a gestão moral, imoral e amoral.

Figura 3 – Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa



Fonte: Carroll (1991, p.42).

A natureza da RSE é constituída pelas seguintes categorias de responsabilidades: econômicas, legais, éticas e filantrópicas (equivalentes às discricionárias do Modelo de Performance Social Corporativa). Embora tais categorias tenham sido apresentadas como conceitos separados, elas não são mutuamente exclusivas e não se destinam a justapor responsabilidades econômicas às outras responsabilidades. Assim, a RSE implica a realização simultânea de responsabilidades econômicas, legais, éticas e filantrópicas, o que significa que a empresa socialmente responsável deve se esforçar para ter lucro, obedecer à lei, ser ética e ser um bom cidadão corporativo (CARROLL, 1991).

A integração da RSE com os *stakeholders* aponta para os destinatários das iniciativas responsáveis, ou seja, para gestão de *stakeholders*, um “processo pelo qual os gestores conciliam seus próprios objetivos com as reivindicações e expectativas que estão sendo feitas por vários grupos interessados” (CARROLL, 1991, p. 43).

Segundo Carroll (1991), o desafio da gestão de *stakeholders* é garantir que os principais interessados da empresa alcancem seus objetivos, enquanto outros atores também ficam

satisfeitos. Neste sentido, este autor indica dois critérios que devem orientar os gestores na diferenciação da urgência ou da importância das reivindicações dos *stakeholders*: legitimidade e poder. A legitimidade diz respeito ao grau em que um grupo tem o direito justificável de estar fazendo o seu pedido, enquanto o poder relaciona-se com o nível de investimentos ou a capacidade de organização do reivindicante.

Carroll (1991) isola o componente ético da pirâmide, para discuti-lo mais profundamente no contexto das partes interessadas, por meio de três principais abordagens de gerenciamento ético: gestão imoral, gestão amoral e gestão moral.

A gestão imoral diz respeito à oposição ativa ao que é considerado certo ou ético. A gestão amoral constitui a falta de sensibilidade dos gestores ao fato de que suas decisões de negócios podem ter efeitos prejudiciais sobre os outros. Tais gerentes orientam-se apenas pela letra da lei. A gestão moral, por sua vez, orienta-se pelas normas éticas. Tais gerentes orientam-se tanto pela letra da lei como pelo “espírito da lei” (CARROLL, 1991, p. 45).

É importante destacar que, em relação ao conceito de RSE, a revisão bibliográfica de Carroll (1991) não apresentou novidade. Neste sentido, o autor declara que “Acadêmicos e profissionais têm se esforçado para estabelecer uma definição consensual deste conceito há 30 anos” (CARROLL, 1991, p. 39).

Em 1999, Carroll ocupou-se da evolução da definição de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e faz uma síntese das principais ocorrências das últimas décadas relativas ao tema. Assim, na década de 1980, houve menos definições originais de RSC e mais tentativas de mensuração. Na década de 1990, o conceito de RSC transita de forma significativa para temas alternativos, tais como a teoria das partes interessadas, ética nos negócios, performance social corporativa e cidadania corporativa. Carroll (1999) destaca que, durante esse período, os autores não rejeitaram o conceito de RSC, mas não surgiram novas definições. Houve uma continuação de uma tendência iniciada no início da operacionalização desse conceito e uma articulação com outros que eram consistentes com o tema. “O conceito de RSC vai permanecer como uma parte essencial da linguagem e prática de negócios, pois é um alicerce fundamental para muitas das outras teorias e está sempre coerente com o que o público espera da comunidade de negócios de hoje” (CARROLL, 1999, p. 292).

Em 2010, Carroll e Shabana revisaram o conceito de RSC. A Figura 2 apresenta uma síntese da evolução do conceito de RSC, conforme os estudos de Carroll (1979, 1999) e de Carroll e Shabana (2010).

Figura 4 – Evolução do conceito de RSE segundo Carroll (1979; 1999) e Carroll e Shabana (2010).

Significado de RSE	Autor
Políticas, decisões e ações desejáveis pela sociedade	Bowen (1953), Wood (1991)
Somente fins lucrativos	Levitt (1958), Friedman (1962, 1970)
Indo além da obtenção de lucros	Davis (1960), Davis e Blomstrom (1966), Frederick (1960), Steiner (1971), Eells e Walton (1974), Backman (1975), Drucker (1984)
Indo além das exigências econômicas e legais (amplas)	McGuire (1963), CED (1971), Davis (1973), Eilbert e Parket, (1973), Sethi (1975), Carroll (1979), Jones (1980), Tuzzolino e Armandi (1981), Carroll (1991)
Atividades de voluntariado (filantropia)	Manne e Wallich (1972), Manne (1972) e Heald (1970), Frederick (2006)
Atividades econômicas, legais e voluntárias	Steiner (1975)
Problemas sociais ou áreas de envolvimento	Hay, Gray e Gates (1976), Holmes (1976), Murphy (1978). Abbott e Monsen (1979), Wood (1991)
Sensibilidade/ responsividade	Eells e Walton (1961) Ackerman (1973), Sethi (1975), Murray (1976), Ackerman e Bauer (1976), Fitch (1976), Frederick (1978), Rich Strand (1983), Epstein (1987), Wood (1991), Frederick (2008),

Ética nos negócios	Davis (1967), Zenisek (1979), Epstein (1987), Carroll (1991), Carroll (1999), (Frederick 2008), Moon (2005)
Responsabilidade com as partes interessadas	Walton (1967), Johnson (1971), Jones (1980), Carroll (1991), Carroll (1999)
Responsabilidade pública	Preston e Post (1975), Frederick (2006)
Gestão da qualidade de vida	Hay e Gray (1974)
Performance social corporativa	Sethi (1975), (Carroll 1979; Wartick e Cochran, 1985; Wood 1991). Carroll (1999), (Lee 2008)
Cidadania corporativa	Frederick (2008)
Sustentabilidade	Carroll e Shabana (2010)

Fonte: elaboração dos autores, com base em Carroll (1979; 1999) e Carroll e Shabana (2010).

Fazendo uma síntese das últimas décadas, Carroll e Shabana (2010) afirmam que, na década de 1980, a ética se tornou o foco dos negócios e houve intensificação das pesquisas que buscam uma relação entre desempenho social e desempenho financeiro. Nos anos 1990 e 2000, a ênfase foi na cidadania corporativa global. Segundo os autores, “No início de 2000, a comunidade dos negócios ficou fascinada com a noção de sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável, e esse tema tornou-se parte integrante de todas as discussões de RSC” (CARROLL; SHABANA, 2010, p. 88).

Os autores afirmam que o termo ‘responsabilidade social corporativa’ ainda está em uso popular, apesar da existência de conceitos concorrentes, complementares e sobrepostas, como cidadão corporativo, ética nos negócios, gestão de *stakeholders* e sustentabilidade, todos competindo para se tornar o mais aceito e difundido descritor do campo. Destacam que performance social corporativa (CSP) tornou-se um termo genérico (guarda chuva) que alcança tanto aspectos descritivos e formativos do campo, como a colocação de uma ênfase em tudo o que as empresas estão alcançando ou realizando no âmbito das políticas, práticas e resultados da responsabilidade social. Ressaltam que todos esses conceitos estão relacionados e que CSR continua a ser uma temática dominante, se não exclusiva, na literatura acadêmica e na prática de negócios (CARROLL; SHABANA, 2010, p. 86).

Apesar da diversidade de abordagens, a predominância de algumas ideias permite inferir que ser socialmente responsável implica numa conduta ética, orientada por valores que ultrapassem as barreiras da esfera econômica, para alcançar também a social e a ambiental, de modo a conciliar os objetivos da organização com os das diversas partes interessadas.

3 O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

O ensino da RSE no Brasil vem sendo gradualmente incorporado aos cursos superiores de administração e aos programas de pós-graduação (*lato sensu e stricto sensu*), especialmente os da área de negócios, ao longo dos últimos 20 anos (KREITLON, 2012).

RSE é um tema que emergiu, inicialmente, como resultado de lutas, demandas e debates públicos em frentes variadas (KREITLON, 2012). Assim, o ensino da RSE enfatiza as práticas empresariais que possam dar uma resposta às pressões exercidas pelo governo e pela sociedade (JACOBI; RAUFFLET; ARRUDA, 2011).

Entretanto, considerando a complexidade que envolve o tema, a RSE deve ir além das respostas às pressões do governo e da sociedade, e as Instituições de Ensino Superior têm um papel fundamental na formação dos futuros gestores. Neste sentido, Aktouf (2005) critica o conservadorismo do conteúdo dos cursos de administração e a lógica da reprodução desses conhecimentos, enfatizando a necessidade de mudanças, de modo a formar “administradores futuristas” que saibam “conciliar exigências ecológicas, sociais, o serviço prestado à comunidade, o respeito aos trabalhadores, os competidores, o mercado do tipo ganhador/ganhador (em vez do tipo ganhador/perdedor) etc.” (AKTOUF, 2005, p. 1). Este

autor argumenta que o ensino de administração deve integrar-se a um projeto social mais amplo, e que “A dimensão teleológica da administração deve estar a serviço de objetivos coletivos, de uma maior igualdade social, e não mais visar exclusivamente ao aumento indefinido de rentabilidade” (AKTOUF, 2005, p. 7).

Nesta perspectiva, Aktouf (2005) adverte que o professor terá que assumir novos desafios, pois precisará despertar a sensibilidade dos alunos para os aspectos humanos, em vez de apenas formar futuros estrategistas ou futuros técnicos em administração. “O professor de administração tem, na verdade, a responsabilidade de formar pessoas que vão tomar decisões que trazem consequências para a natureza, para os seres humanos e para o futuro de nós todos.” (AKTOUF, 2005, p. 8).

Entretanto, a formação de administradores que sejam capazes de enfrentar os desafios econômicos, sociais e ambientais da atualidade precisa ultrapassar os limites do campo da administração e alcançar outros campos que possam lançar luzes rumo à compreensão de uma realidade sistêmica e complexa. Neste sentido, Aktouf (2005, p. 9) adverte que o administrador do futuro deverá “ser capaz de integrar, com sua cultura geral, com sua experiência e sua intuição, diferentes disciplinas, diferentes conhecimentos, tanto do campo da administração em geral como do das ciências humanas.” Venzke e Nascimento (2013, p. 4), afirmam que os cursos de administração do Brasil carecem de “marcos conceituais plurais que orientem a reorganização institucional necessária para tornar possível a inserção da sustentabilidade nas instituições de ensino superior que formam administradores.”

Face ao exposto, conclui-se que a formação do administrador deve orientar-se não apenas para a técnica. Deve estar a serviço de um objetivo social mais amplo, de uma visão coletiva, humanitária e comunitária, que leve em consideração a complexidade que envolve a realidade. Partindo desta reflexão, a formação de gestores conscientes de que suas decisões podem ter consequências econômicas, sociais e ambientais pode levar a uma relação mais harmônica com a natureza e com a sociedade.

4 METODOLOGIA

O objetivo deste trabalho foi descrever a percepção dos alunos dos cursos de administração da cidade de Fortaleza sobre RSE e sobre o ensino dessa disciplina na graduação. Para tanto, foram entrevistados vinte alunos do último ano do curso de administração, de duas instituições de ensino superior (IES), sendo dez de uma IES pública e dez de uma IES privada. As entrevistas foram realizadas na primeira quinzena de junho de 2014. Os alunos da IES pública foram codificados pela letra A, e os da IES privada foram codificados pela letra B.

Esta pesquisa tem uma abordagem qualitativa, pois procurou compreender o significado que os sujeitos pesquisados atribuem a RSE, especificamente ao conceito e suas práticas, bem como ao ensino desse tema (MERRIAM, 1998). Conceito “é um conjunto geralmente aceito de significado ou características associados com certos fatos, objetos, condições, situações e comportamentos” (COOPER; SCHINDLER, 2003, p. 52).

Quanto ao objetivo, esta pesquisa classifica-se como exploratória e descritiva. Exploratória porque visa “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito”, (GIL, 2009, p. 41). Descritiva porque tem o escopo de tratar da descrição de determinado fenômeno (GIL, 2009).

Os dados foram analisados de acordo com a Análise de Discurso que, segundo Caregnato e Mutti (2006, p. 680), é uma técnica de interpretação, utilizada nas pesquisas qualitativas, que leva em consideração não apenas o aspecto literal do discurso (falado, escrito ou transcrito), mas busca alcançar o sentido da mensagem, integrando os aspectos

linguísticos, sociais e históricos. Este foi o caminho utilizado para captar a percepção dos entrevistados.

A abordagem teórica que orientou a análise dos dados referentes ao conceito e às práticas de RSE foi ancorada nos estudos de Carroll (1979, 1991, 1999) e Carroll e Shabana (2010), especialmente no Modelo Conceitual Tridimensional de Performance Corporativa (CARROLL, 1979) e na Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa (CARROLL, 1991). A escolha dessa abordagem deve-se à relevante contribuição que Carroll vem dando ao entendimento do fenômeno da RSE, há mais de três décadas. Carroll é “um dos principais expoentes do movimento da Responsabilidade Social Empresarial cuja obra tem sido uma fonte inesgotável de inspiração” (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009, p. 53).

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção compõe-se dos seguintes tópicos: percepção dos alunos sobre o conceito de RSE, suas práticas e o ensino dessa disciplina.

5.1 Percepção dos alunos sobre o conceito de RSE

Inicialmente, apresenta-se o perfil dos sujeitos desta pesquisa: dos vinte alunos entrevistados, doze são do sexo masculino (60%) e oito do sexo feminino (40%). Quanto à idade, treze (65%) situam-se na faixa etária compreendida entre 18 e 24 anos. Dezesete (85%) já estão no mercado de trabalho.

Ao serem interrogados a respeito do seu entendimento sobre RSE, 55% dos entrevistados expressaram dúvidas ou descreveram o tema de forma vaga, como algo relacionado à sociedade, à comunidade. Os depoimentos a seguir ilustram essa evidência: “Tema pouco discutido” (A4). “Tenho dúvida até no conceito em si e é até difícil definir com clareza” (A8). “Uma forma desenvolvida para sistematizar as práticas de responsabilidade social, propriamente dita, nas empresas” (A10). “É a responsabilidade que uma organização tem sobre o meio social onde está inserida” (A3). “Conscientização da empresa acerca da sua participação nos aspectos sociais da comunidade onde está inserida” (A4). “O cuidado que a empresa precisa ter com a sociedade a sua volta” (B9).

Destaque-se que, Segundo Carroll (1979, p. 497), “Um dos fatores que contribuem para a ambiguidade que freqüentemente envolve as discussões sobre responsabilidade social foi a falta de um consenso sobre o que o conceito realmente significava.”

Em conformidade com o conceito estabelecido pela Comissão Europeia (2001), quatro entrevistados definiram a RSE levando em conta o meio ambiente e a sociedade: “É quando a empresa se preocupa com a sociedade e o meio ambiente, procurando fazer ações que não tragam danos ao meio ambiente” (B3). “O trabalho que as empresas realizam para reduzir os danos causados ao meio ambiente e à sociedade por conta da sua atividade fim” (B1). “RSE são ações realizadas por organizações com a finalidade de minimizar seus impactos na sociedade e no meio ambiente, de forma ética e transparente” (B4). “É quando a empresa desenvolve atividades voltadas para a sociedade e o meio ambiente com o propósito de beneficiar a comunidade” (B8).

Observa-se que o fio condutor destes depoimentos foi a capacidade de resposta social ou responsividade, no sentido de evitar danos, bem como minimizar ou reparar os danos causados, ou ainda realizar atividades que tragam melhorias para a sociedade. Carroll (1979) adverte que a capacidade de resposta social corporativa tem sido tratada por alguns como uma alternativa para a responsabilidade social, ao invés de ser considerada a fase da ação, em que a gestão responde na esfera social.

Ainda quanto ao conceito de RSE, quatro entrevistados associaram esse fenômeno à ideia de responsabilidade com as partes interessadas e/ou áreas de envolvimento: “É um departamento da empresa que precisa ter ações voltadas para as áreas sociais e ambientais com todos os *stakeholders* envolvidos” (B2). “Uma empresa transparente, que preza pelo bem-estar de seus colaboradores, escolhe com critério seus fornecedores e cuida dentro do seu alcance, da sociedade ao seu redor” (B6). “É a maneira de gerenciar a empresa considerando o ambiente interno, como ela lida com seus colaboradores para atingir resultados, e o ambiente externo, procurando beneficiar a comunidade e preservar os recursos ambientais e sociais” (B7). “Uma empresa com princípios de desenvolvimento mútuo com a sociedade, relação ganha-ganha, além da transparência com a mesma, no quesito ética, como estão tentando fazer com a administração pública, com a Lei de Responsabilidade Fiscal” (A5).

Destaque-se que a gestão das partes interessadas e/ou áreas de envolvimento constitui um importante aspecto da RSE e integra o Modelo Conceitual Tridimensional de Performance Corporativa (CARROLL, 1979) e a Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa (CARROLL, 1991). Este autor define gestão das partes interessadas como “um processo pelo qual os gestores conciliam seus próprios objetivos com as reivindicações e expectativas que estão sendo feitas por vários grupos interessados” (CARROLL, 1991, p. 43). Segundo este autor, o desafio da gestão de *stakeholders* é garantir que os principais interessados da empresa alcancem seus objetivos, enquanto outros atores também ficam satisfeitos. Carroll (1991, p. 43) adverte que, mesmo que este resultado ‘ganha-ganha’ nem sempre seja possível, ele representa um objetivo legítimo e desejável para a gestão, no sentido de proteger os seus interesses de longo prazo.

A ética e a transparência foram evidenciadas em muitos depoimentos: “É o compromisso que a empresa tem com a sociedade, funcionários e seus acionistas, e isso passa tanto pela transparência, quanto pela ética”(B6). Destaque-se que a ética é uma das categorias do Modelo Conceitual Tridimensional de Performance Corporativa (CARROLL, 1979) e da Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa (CARROLL,1991). De acordo com este autor, “A responsabilidade social das empresas engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem das organizações em um determinado ponto no tempo” (CARROLL,1979, p. 500). Este autor argumenta que as responsabilidades éticas incorporam padrões, normas ou expectativas que refletem uma preocupação com o que os consumidores, empregados, acionistas e comunidade consideram honesto, justo ou de acordo com o respeito ou proteção dos direitos morais dos *stakeholders*.

Ao serem interrogados sobre o seu entendimento acerca de empresa socialmente responsável, além da ideia de responsividade e gestão das partes interessadas, mais duas ideias emergiram: filantropia e sustentabilidade.

A filantropia apresenta-se nos seguintes depoimentos: “uma empresa que desenvolve atividades em benefício do próximo sem retorno financeiro e sem propagar sua imagem” (B8). “É a empresa que atua de forma ética, procurando criar programas de ação em saúde, doações para educação, cuida dos aspectos sociais, preservação ambiental entre outros que beneficiem seus funcionários e a comunidade como um todo” (B7). “Empresas que se preocupam em realizar trabalhos focados para a população, tipo escolas públicas, criando programas educacionais para os menores menos favorecidos (carentes)”(B10).

Importa destacar que a filantropia ou discricionariedade é a quarta categoria do Modelo Conceitual Tridimensional de Performance Corporativa (CARROLL, 1979) e da Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa (CARROLL,1991). Segundo este autor, “As comunidades desejam empresas que contribuam com seu dinheiro, instalações e tempo dos empregados para programas ou propósitos humanitários, mas elas não serão consideradas antiéticas se não atenderem a essas expectativas no nível desejado” (CARROLL, 1991, p. 42).

A ideia de sustentabilidade, a exemplo da ética, também permeou muitas declarações, podendo ser identificada nos seguintes depoimentos, dentre outros já citados: “Empresas que visam redução de custos e danos ao ambiente, que reutilizam materiais e que acima de tudo contribuem para uma sociedade melhor” (B1). “Toda e qualquer empresa que desenvolva ações com o objetivo de melhorar a vida das pessoas e compensar de alguma forma o malefício que uma organização gera na sociedade, como poluição, estresse, doenças entre outros prejuízos” (B5). “Empresas que têm suas ações baseadas no desenvolvimento sustentável, contribuindo com a comunidade ao redor e preocupando-se com o meio ambiente e que agem de forma transparente com seus *stakeholders*” (B4).

Estas ideias se coadunam com a seguinte declaração de Carroll e Shabana (2010, p. 88): “No início de 2000, a comunidade dos negócios ficou fascinada com a noção de sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável, e esse tema tornou-se parte integrante de todas as discussões de RSC”.

De fato, sustentabilidade e RSE são temas intrinsecamente relacionados. Nesta perspectiva, Barbieri e Cajazeiras (2009) afirmam que as empresas têm um papel fundamental na construção do desenvolvimento sustentável, pois muitos dos problemas que ameaçam a sustentabilidade do nosso planeta são provocados ou agravados pelas atividades empresariais.

Com o intuito comparar aspectos do conceito de RSE percebidos pelos pesquisados com as categorias do Modelo Conceitual Tridimensional de Performance Corporativa (CARROLL, 1979) e da Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa (CARROLL, 1991), solicitou-se uma avaliação desses aspectos, com uso de uma escala que varia de 1 (menos importante) a 5 (mais importante). Os resultados desta avaliação estão demonstrados na Figura 5.

Figura 5 – Avaliação dos pesquisados sobre aspectos de uma empresa socialmente responsável

CATEGORIAS DE RSE	MÉDIA
Deve apenas priorizar suas atividades econômicas, trazendo ganhos aos acionistas	2,3
Deve fazer o mínimo legalmente requerido	2,4
Deve aceitar a Responsabilidade Social e tentar satisfazer critérios legais e éticos prevaletentes	4,5
Deve haver liderança na iniciativa social, antecipando-se na identificação e resposta aos aspectos sociais emergentes	4,6

Fonte: elaboração dos autores, com base nos dados da pesquisa de campo.

Observa-se que os aspectos mais valorizados pelos pesquisados foram os referentes às questões éticas e legais, ao lado de a uma atitude proativa diante dos problemas sociais.

Destaque-se que, nos depoimentos dos entrevistados, não há referência aos aspectos econômicos. É possível que a ausência deste aspecto seja porque o lucro é o resultado naturalmente esperado de uma empresa. Neste sentido, o Código Civil Brasileiro define empresário da seguinte forma: “Art. 966. Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços.” Atividade econômica é definida por Coelho (2008, p. 13) nos seguintes termos: “A atividade empresarial é econômica no sentido de gerar lucro para quem a explora.” De fato, o lucro é a remuneração do capital. Nesta perspectiva, Carroll (1979, p. 500) declara que “A primeira e mais importante responsabilidade social das empresas é de natureza econômica. [...] Todas as outras funções de negócios se baseiam nessa premissa fundamental.”

É importante ressaltar que o lucro não deve ser obtido com infringência às normas legais e morais da sociedade. Em relação às normas legais e regulamentares, dois depoimentos referiram-se a este aspecto: um tratou da Lei de Responsabilidade Fiscal (já citado) e outro se referiu às normas expedidas pela *International Organization for Standardization* (ISO) definindo empresa socialmente responsável como “Aquela que está nas conformidades, como normas da ISO” (A1).

5.2 Práticas de RSE

Ao serem interrogados acerca das práticas de RSE observadas nas empresas em que os entrevistados trabalham ou já trabalharam, cinco declararam a não existência de práticas: “Não há” (A1). “Não consigo perceber ainda RSE na instituição, é pouco para um órgão público, apenas palestras para escolas públicas sobre a importância do respectivo órgão” (A5). “Como órgão público, não consigo ver isso bem definido” (A6). “No período que trabalhei lá, nunca vi algo do tipo” (A9). “Ainda não convivi com essa situação” (A10).

Os que responderam afirmativamente apresentaram depoimentos predominantemente de ações pontuais, incipientes ou de cunho filantrópico, tais como: “Investimento em esportes, reciclagem, etc.” (A3). “Realização de projetos voltados ao social, como o trote solidário, em que os calouros são desafiados a realizar uma grande ação social em uma instituição de caridade” (A4). “Por meio da promoção de eventos, como a Semana de Ciência e Tecnologia [...], do programa TECNOVA, que visa fomentar projetos inovadores no Ceará, do Agentes Digitais, que visa qualificar e encaminhar jovens carentes para o mercado de trabalho digital” (A7). “Os papéis são reciclados e os funcionários adotam um copo descartável o dia todo para gastar menos copo e poluir menos o ambiente” (B3). “Somente pequenas ações como, doações para instituições carentes, doação de gorduras para associação dos catadores de uma comunidade, degustações de pizzas produzidas pela empresa nas escolas públicas” (B5).

As práticas de RSE foram questionadas: “Se as empresas realmente se preocupam com a responsabilidade social, que ações elas fazem?” (B3). “Quais as empresas que mais se preocupam em implementar ações de RSE, as grandes ou médias e pequenas? (B7). “Essa responsabilidade é percebida?” (A2).

Destaque-se que um ponto importante a ser considerado, em relação às práticas de RSE, são os fatores que podem influenciar as decisões de envolvimento das organizações. Neste sentido, Carroll (1979) apresenta as seguintes respostas de uma pesquisa realizada por Sandra Holmes (1976), com gerentes de grandes empresas, sobre fatores de destaque na seleção de áreas de envolvimento social: a) correspondente necessidade social e necessidade corporativa ou capacidade de ajudar; b) seriedade da necessidade social; c) interesse de altos executivos; d) valor da ação social para as relações públicas; e) pressão do governo.

Além dos questionamentos das práticas, foi possível perceber também certa desconfiança em relação aos seus objetivos, comunicação e transparência: “Empresas demonstram a RSE para uma verdadeira mudança social ou apenas para se autopromover com consequência de maiores lucros” (A5). Como as empresas que praticam RSE passam essas informações para a sociedade em geral? (B6).

Os questionamentos dos alunos demonstram que existe carência de informação acerca dos critérios de controle e da legislação sobre RSE. “Qual é o órgão que regula/fiscaliza as ações/gestões de RSE nas empresas? Em que essas ações são pautadas? (B4). “Existe alguma lei que obrigue as empresas a melhorar as condições de vida dos que habitam na sua proximidade?” O cuidado com a sociedade é simplesmente marketing? (B9). Para empresas de grande porte (nacionais/mundiais) chega a ser obrigatório? (A9).

Verificou-se através dos relatos que os entrevistados parecem demandar ferramentas conceituais e técnicas de RSE para um melhor conhecimento e avaliação das ações das organizações. Vale salientar que apenas dois entrevistados afirmaram não ter nenhuma dúvida sobre RSE.

5.3 Ensino da RSE

Ao serem interrogados acerca da sua satisfação ou insatisfação com o ensino da RSE, 85% dos entrevistados declararam-se insatisfeitos, porque o ensino não apresenta o

aprofundamento necessário a um melhor entendimento do tema. A título de ilustração, apresentam-se alguns depoimentos que corroboram esta evidência: “Insatisfatório, é passado de forma geral, não como um conhecimento detalhado onde os alunos possam compreender realmente sua importância e aplicar” (A5). “Insatisfatório. Deveríamos ter um maior aparato nessa questão, inclusive com vivência nisso” (A7). “Não sinto que o tema é abordado em profundidade, portanto insatisfatório” (B1). “Insatisfatório, pois o ensino ainda não contempla o nível necessário de informação para formar uma consciência socialmente responsável no aluno” (B5).

Percebe-se que os entrevistados consideram o tema importante, que precisa ser vivenciado e ensinado em profundidade, para que possa despertar uma consciência socialmente responsável. Nesta perspectiva, é importante destacar a contribuição de Aktouf (2005), ao advertir que o professor terá que assumir novos desafios, pois precisará despertar a sensibilidade dos alunos para os aspectos humanos, em vez de apenas formar futuros estrategistas ou futuros técnicos em administração.

Destaque-se que, apenas três dos entrevistados não se declararam insatisfeitos com o ensino de RSE em seu curso: “Intermediário” (A1). “Satisfeito” (B2). “Satisfatório, todavia poderia ter mais enfoque em mais disciplinas, pois acredito que pela abrangência do tema, seja possível discuti-lo em diversas matérias” (B4).

Para melhorar o ensino de Responsabilidade Social Empresarial foram apontadas as seguintes sugestões: “Criar disciplina específica para o assunto” (A1, A2, A6, A7, A9, B1, B6, B9). “Realizar mais palestras, oficinas, cursos e visitas técnicas” (B2, B3, B4, B5, B8). “Direcionar professores mais especializados no tema; promover momentos de contato dos alunos com práticas de sucesso na área; estimular mais estudos na área; promover eventos específicos neste tema” (A10). “Apresentar casos empresariais relacionados ao tema” (B1 e A4). “Trocar alguns professores” (A3). “Trabalhar os conceitos de forma interdisciplinar” (A8 e B9).

Em relação à interdisciplinaridade, importa destacar que esta visão se coaduna com o pensamento de Ashley, Goulart e Tomei (2000, p. 1), ao afirmarem que “a responsabilidade social vem consolidando-se como um conceito intrinsecamente interdisciplinar, multidimensional e associado a uma abordagem sistêmica [...]”. Destaque-se, ainda, que Aktouf (2005) e Venzke e Nascimento (2013) ressaltaram a necessidade de ampliação dos conhecimentos dos gestores para além dos conhecimentos de administração, como forma de prepará-los para os múltiplos e variados desafios que precisarão enfrentar no exercício da profissão.

Ainda como sugestão, alguns entrevistados afirmaram que as universidades devem ensinar a prática da RSE. Outros argumentaram que além das aulas e dos trabalhos sobre o assunto, as IES deveriam promover eventos, como seminários e visitas técnicas, de modo a criar um ambiente propício para a discussão do tema com o meio empresarial e para vivenciar casos práticos.

Nesta direção, Aktouf (2005, p. 7) sublinha que “a administração é uma disciplina híbrida que repousa sobre um corpus de conhecimentos teóricos, mas, também, sobre as práticas que dão uma finalidade social e econômica à aplicação das teorias.”

Face ao exposto, conclui-se que a formação dos futuros gestores precisa ser repensada e reorientada. Os desafios sociais e ambientais que os tomadores de decisão terão de enfrentar no exercício da profissão exigem que o ensino da administração seja orientado para além dos objetivos econômicos. Nesta perspectiva, a interdisciplinaridade é fundamental, para dar conta de um tema multidimensional, inserido num contexto sistêmico e complexo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi descrever a percepção dos alunos dos cursos de administração da cidade de Fortaleza sobre RSE e sobre o ensino dessa disciplina na graduação. Especificamente, buscou-se: a) investigar a percepção dos alunos sobre o conceito de RSE; b) apresentar as práticas de RSE identificadas pelos alunos, em seus ambientes de trabalho; c) demonstrar a opinião dos alunos sobre o ensino da RSE nos cursos de administração.

Para possibilitar maior alcance da percepção dos alunos sobre o conceito de RSE, foram feitas as seguintes perguntas: a) o que você entende por RSE? b) o que você entende por empresa socialmente responsável?

Ao serem interrogados a respeito do seu entendimento sobre RSE, 55% dos entrevistados manifestaram dúvida ou descreveram esse tema vagamente, como algo relacionado à sociedade, à comunidade, 20% perceberam a RSE como uma resposta das empresas às demandas da sociedade (responsividade social), 20% associaram RSE ao atendimento das expectativas das diversas partes interessadas (gestão das partes interessadas) e 5% enfatizaram a ética e a transparência como ingredientes indispensáveis ao conceito de RSE. Destaque-se que a ética e a transparência também foram evidenciadas em alguns dos conceitos referentes a responsividade e gestão das partes interessadas.

Ao serem interrogados sobre o seu entendimento acerca de empresa socialmente responsável, 55% dos entrevistados referiram-se às questões sociais e ambientais, 15% vincularam empresa socialmente responsável à ideia de responsividade, 15% associaram a gestão das partes interessadas e 15% a filantropia. A ideia de sustentabilidade permeou muitos dos depoimentos, explícita ou implicitamente.

Ao se comparar aspectos do conceito de RSE percebidos pelos pesquisados com as categorias do Modelo Conceitual Tridimensional de Performance Corporativa (CARROLL, 1979) e da Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa (CARROLL, 1991), observou-se que os aspectos mais valorizados pelos pesquisados foram os referentes às questões éticas e legais, ao lado de uma atitude proativa diante dos problemas sociais.

Quanto a dúvidas e questionamentos, observou-se que os entrevistados têm dúvidas sobre o conceito de RSE e questionamentos sobre suas práticas. Foi possível perceber certa desconfiança em relação aos objetivos, comunicação e transparência em relação às práticas de RSE. Destaque-se que as práticas identificadas pelos pesquisados, no ambiente em que trabalham ou já trabalharam, limitam-se a ações pontuais, incipientes, de cunho filantrópico.

Quanto à satisfação ou insatisfação dos entrevistados com o ensino da RSE, 85% declararam-se insatisfeitos, porque o ensino não apresenta o aprofundamento necessário a um melhor entendimento do tema. As principais sugestões para melhorar o ensino da RSE foram: instituição de disciplinas específicas e realização de eventos sobre o tema, participação em práticas de RSE e interação com os empresários, habilitação de professores e interdisciplinaridade.

Os resultados demonstraram, portanto, que RSE é um tema que suscita muitas dúvidas e questionamentos. Seu conceito ainda está em processo de construção, suas práticas não são suficientemente convincentes e seu ensino não é considerado satisfatório.

Assim, considera-se que o objetivo deste estudo foi alcançado. Entretanto, importa destacar sua limitação: por se tratar de uma pesquisa qualitativa, seus resultados não podem ser generalizados. Todavia, espera-se que este estudo possa oferecer subsídios para a realização de outras pesquisas. Neste sentido, estudos que contemplem um maior número de IES e outros atores relacionados ao tema (professores, coordenadores de cursos de administração e as diversas partes interessadas das empresas), bem como estudos quantitativos são recomendados.

REFERÊNCIAS

- AKTOUF, O. Ensino de administração: por uma pedagogia da mudança. *o&s*, v.12, n.35, Out./Dez. 2005. p. 151-160.
- ASHLEY, P.A. et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- ASHLEY, P.A.; COUTINHO, R.B.G.; TOMEI, P.A. Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 24, 2000, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, 2000.
- BARBIERI, J.C.; CAJAZEIRA, J.E.R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BRASIL. Código Civil. **Vade Mecum**. 11 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- CAREGNATO, R.C.A.; MUTTI, R. Pesquisa qualitativa: análise de discurso *versus* análise de conteúdo. **Texto Contexto**, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 679-684, out./dez. 2006.
- CARROLL, A. B. A three- dimensional conceptual model of corporate performance. **The Academy of Management Review**, v., 4, n. 4, p. 497-505 out. 1979. Disponível em: <http://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp>. Acesso em: 06 jun. 2014.
- _____. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. **Business Horizons**, July-August, 1991.
- _____. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. **Business and Society**, v. 38, n. 3, p. 268-295, 1999.
- CARROLL, A. B.; SHABANA. K. M. The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice. **International Journal of Management Reviews**, v. 12, n. 1, p. 85-105, 2010.
- COELHO, F.U. **Manual de direito comercial: direito de empresa**. 20. ed. Saraiva, 2008.
- COOPER, D.R.; SCHINDLER, P.S. **Métodos de pesquisa em administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- FREDERICK, W. C. From CSR1 to CSR2: the maturing of business-and-society thought. **Business and Society**, v. 33, n. 2, p. 150-164, 1994.
- GIL, A.C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- JACOBI, P.R.; RAUFFLET E. ARRUDA, M.P. de. Educação para a sustentabilidade nos cursos de administração: reflexão sobre paradigmas e práticas. **RAM**, v. 12, n. 3, Edição Especial, SÃO PAULO, maio/jun. 2011. p. 21-50.

KRAEMER, M.E.P. Responsabilidade social corporativa: uma contribuição das empresas para o desenvolvimento sustentável. *RECADM*, v. 4, n. 1, maio 2005. Disponível em: <http://revistas.facecla.com.br/index.php/recadm/>. Acesso em: 22 jun. 2014.

KREITLON, M.P. Mcmoral, ipolítica, cidadania wireless: reflexões para o ensino e a pesquisa em RSE no Brasil. *RAC*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, art. 6, pp. 271-289, Mar./Abr. 2012. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/rac>. Acesso em: 22 jun. 2014.

McWILLIAMS, A.; SIEGEL, D.S.; WRIGHT, P.M. Corporate social responsibility: strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43:1, 22-2380, p. 1-18, jan. 2006.

MERRIAM, S. B. What is qualitative research? In: **Qualitative research and case study: applications in education**. San Francisco: Jossey-Bass, 1998. p. 1-25.

NEVES, M.E.D. ; DIAS, A.C.M. Responsabilidade social corporativa: teorias predominantes na investigação em contabilidade. *RRCF*, Fortaleza, v.3, n. 1, Jan./Jun. 2012. Disponível em : www.fate.edu.br/ojs/index.php/RRCF/index. Acesso em : 22 jun. 2014.

SILVA, M. R. da ; FISCHER. T. Ensino de administração: um estudo da trajetória curricular de cursos de graduação. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 32, 2008, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, 2008. p. 1-16.

VENZKE, C.S. NASCIMENTO, L.F.M. do. Caminhos e desafios para a inserção da sustentabilidade socioambiental na formação do administrador brasileiro. *RAM*, v. 14, n. 3, ed. Especial, São Paulo, maio/jun. 2013 p.

WOOD, D. J. Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, v. 16, n. 4, p. 691-718, 1991.