

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: o trabalho do assistente social em questão

Ana Lúcia Suárez Maciel

Introdução

Este artigo foi elaborado, originalmente, para responder a uma demanda por material didático nas disciplinas que abordam o tema na formação em nível de graduação no Serviço Social. Parte do material utilizado para a sua elaboração decorre de textos anteriormente elaborados, bem como de artigos produzidos para socialização com a categoria profissional em eventos como os Congressos Brasileiros de Assistentes Sociais (CBAS) e os Encontros Nacionais de Pesquisadores em Serviço Social (ENPESS). Nossos objetivos ao produzirmos esses materiais foram, de um lado, favorecer a sistematização das nossas experiências em consultoria nessa área e, de outro lado, subsidiar o Curso de Serviço Social com alguns fundamentos teóricos e metodológicos que permitissem a aproximação dos acadêmicos e profissionais com esse tema.

A estrutura do artigo contempla três aspectos.: Inicialmente, apresentamos algumas características e configurações da gestão social que vem sendo operada na esfera do mercado; em seguida, apontamos para a inserção e o processo de trabalho do Assistente Social junto à responsabilidade social,¹ e finalizamos com algumas considerações que a elaboração do texto nos permitiu construir até o momento.

¹ É importante destacar que a Responsabilidade Social vem sendo incorporada por todos os setores (Estado, Mercado e Terceiro Setor), mas, neste artigo, privilegiamos o Segundo Setor.

A gestão social na esfera do mercado

As ações sociais desenvolvidas pelas organizações do mercado representam a forma como o investimento social² vem sendo operacionalizado pelas mesmas, ao mesmo tempo em que consolidam as iniciativas da área privada no trato da questão social. Alguns dados, como os coletados pelo Instituto de Pesquisa e Análises Econômicas – IPEA (2006), por meio da Pesquisa Ação Social das Empresas no Brasil (primeira edição em 2000 e segunda edição em 2006), sinalizam que o setor privado brasileiro desenvolve algum tipo de ação social³ em benefício da comunidade, sendo que os números apontam para um crescimento significativo em torno de 10 vezes, entre 2000 e 2004, passando de 59 para 69% de empresas no país que desenvolvem algum tipo de ação social.

Segundo o IPEA (op.cit.), aproximadamente 600 mil empresas atuam voluntariamente e em 2004 aplicaram cerca de R\$ 4,7 bilhões, o que correspondia a 0,27% do PIB brasileiro naquele ano. Na região Sul, assim como no restante do país, houve um aumento generalizado dessa atuação, entre 1999 e 2004, independentemente do estado, do porte da empresa ou do setor de atividade econômica em que se encontram. Em 1999, 46% das empresas sulistas realizavam ações sociais, e em 2004 esse valor saltou para 67%.

² “É o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e/ou culturais de interesse público. A preocupação com o planejamento, o monitoramento e a avaliação dos projetos é intrínseca ao conceito de investimento social privado e um dos elementos fundamentais na diferenciação entre essa prática e as ações de filantropia empresarial. Os investidores sociais privados estão preocupados com os resultados obtidos, as transformações geradas e a cumplicidade da comunidade para o desenvolvimento da ação.” (www.gife.org.br).

³Por ação social, o instituto entendeu: “qualquer atividade realizada para atender às comunidades nas áreas de assistência social, alimentação, saúde, educação, meio ambiente e desenvolvimento comunitário, excetuando-se, as atividades geradas por obrigação legal”. (www.ipea.gov.br).

Em relação à atuação por estado, os empresários de Santa Catarina são o destaque regional, com 78% de participação; o Paraná registrou, em 2004, percentual de 63% de atuação, semelhante aos 62% do Rio Grande do Sul.

Um dado a ser considerado, é o fato de cerca de um terço das empresas ter declarado que não realizou qualquer ação social para a comunidade, sendo que 72% apontaram a falta de dinheiro como o principal motivo para não desenvolverem ações sociais comunitárias. Uma parcela bem menor reclama da ausência de incentivos governamentais (6%), mas é pequena a proporção de empresas que não atua porque nunca pensou nessa possibilidade (7%) ou porque acredita que este não seja seu papel (6%).

Diante desse breve⁴ cenário de atuação social das empresas no país, cabe questionar: o que tem levado as organizações a atuarem na área social? Para uma das autoras da pesquisa, basicamente, há três motivos: o crescente grau de responsabilidade do empresariado, a globalização e a democratização do país. As empresas sabem que a responsabilidade social maior é do Estado, por isso são muito críticas quanto à ineficiência do mesmo em certas áreas. Com relação ao seu próprio trabalho, a maioria acredita que tem realmente um papel a cumprir na sociedade, mas sempre atuando em caráter complementar ao Estado. Essa percepção é nova, mas fica claro que nenhuma empresa deseja substituir a função desempenhada pelo governo.

A globalização tem alguma influência nisso, pois a competição exige das empresas responsabilidades sociais cada vez maiores, o que acaba se tornando um grande diferencial para inserção no mercado. Outro aspecto seria a democratização do país e, com isso, o surgimento dos movimentos da cidadania como o do Betinho. Os programas de qualidade adotados por diversas empresas em busca da competição e a conscientização do consumidor também influenciam bastante (PELIANO, 2002)

⁴ Sugere-se ao leitor, para um aprofundamento destes dados, a consulta à própria pesquisa que está disponível em www.ipea.gov.br/asocial.

A temática da responsabilidade social é pauta das principais discussões da área privada, o que desencadeia novas formas de garantir atendimento ao social, gerando um conjunto de ações que complementam as do primeiro e as do terceiro Setor. Além disto, há pressões externas, especialmente sinalizadas pelo comportamento dos consumidores,⁵ que impõem às organizações um novo papel, o que pode ser constatado pelas pesquisas de consumo consciente no Brasil.

[Marco1] Comentário: Uniformizar: ou maiúsculas ou minúsculas.

No ano de 2005, 30% dos consumidores brasileiros efetivamente prestigiaram e/ou puniram empresas com base em suas avaliações sobre a prática, ou não, da responsabilidade social. Entre esses consumidores, 15% efetivamente puniram a empresa que consideram não ser socialmente responsável, não comprando seus produtos ou falando mal delas para outras pessoas (AKATU, 2005:24).

Diante desse fenômeno, cabe-nos perguntar: o que é a Responsabilidade Social (RS) de uma organização? Para o Instituto Ethos

Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários (In: www.ethos.org.br).

Se atentarmos para o conceito do Instituto Ethos, veremos que a Responsabilidade Social não é sinônimo do desenvolvimento de projetos sociais ou da tradicional filantropia empresarial,⁶ mas, sim, um modelo de

⁵ É importante lembrar que, no Brasil, o Código de Defesa do Consumidor tem favorecido a mudança no comportamento dos consumidores e, com isso, incidindo na relação destes com as empresas e seus respectivos produtos.

⁶ Por filantropia empresarial, entenda-se: “A ação social voluntária da empresa na comunidade, realizada de forma pontual, pouco profissional, pouco planejada e com pequeno impacto de mudança da realidade daqueles que são beneficiados” (Mostardeiro, 2002:34).

gestão ancorado em uma nova ética empresarial, que se materializa no próprio comportamento (prática) da empresa com todos os públicos com os quais interage.

Portanto, a gestão da RS tem seu foco na ética (expressa pelos valores e princípios adotados pela empresa), na qualidade das relações que mantêm com os agentes que interage (acionistas, colaboradores, consumidores, fornecedores, governo, comunidade etc.) e na geração de valor para todos com os quais interage.

O movimento da RS é mundial e tem como pressuposto central a busca por uma nova organização da sociedade, tendo as empresas um papel fundamental, dado o seu poder econômico e a sua capacidade de disseminar valores. O conceito nasceu nos Estados Unidos, no início da década de 1960, com o objetivo de estimular as empresas a pensarem de forma mais abrangente e inserir sua participação social dentro da política de gestão do negócio. Esse conceito evoluiu de uma concepção filantrópica da organização para o desenvolvimento de ações com/para a comunidade e, atualmente, vem sendo aprofundada em uma perspectiva de compreendê-lo como um novo paradigma de desenvolvimento, em que a sustentabilidade das organizações possa a ser o foco na implementação de modelos e práticas socialmente responsáveis.

No Brasil, particularmente, o fenômeno da RS tem evoluído em razão das demandas sociais do país, do crescente grau de responsabilidade social dos cidadãos em geral, da emergência do Terceiro Setor, da ação social das empresas concorrentes, do crescimento das expectativas, da comunidade e dos funcionários, sobre o engajamento social da empresa e da redefinição do papel do Estado.

Teóricos da RS, como Davis (apud Montana & Charnov, 2001), indicam que os principais argumentos a favor da RS residem no interesse das empresas em melhorar a comunidade na qual estão localizadas e onde fazem seus negócios e ser socialmente responsável é a coisa ética ou correta a se fazer.

A visão de uma empresa socialmente responsável assenta-se nos seguintes pontos:

- são agentes de uma nova cultura empresarial e de mudança social;
- produzem valor para todos que a cercam interna e externamente;
- possuem potencial de sucesso e longevidade;
- encaram a RS como atitude estratégica e não apenas legal e/ou benemerente.

A gestão socialmente responsável propicia muitos retornos a médio e a longo prazo para as organizações, tais como:

- a valorização da imagem institucional e da marca;
- maior lealdade/fidelidade do consumidor;
- maior capacidade de recrutar e manter talentos;
- flexibilidade e capacidade de adaptação;
- longevidade;
- popularidade dos seus dirigentes, que se sobressaem como verdadeiros líderes empresariais;
- maior apoio, motivação, lealdade, confiança e melhor desempenho dos funcionários e parceiros;
- melhor relacionamento com os governos e
- maior vantagem competitiva.

Entretanto, é importante apontar que essa gestão não pode ter como motivação principal os retornos que práticas dessa natureza poderão trazer à empresa, mas a concepção de que as empresas possuem um papel fundamental no desenvolvimento humano e social e que, dado o seu poder econômico, político e/ou tecnológico, podem ser disseminadoras de práticas sustentáveis que contribuam para o enfrentamento da questão social.⁷

A emergência da cidadania empresarial⁸ aponta, então, para uma tentativa de ruptura com as práticas que tradicionalmente eram empregadas

⁷ Um debate necessário neste contexto refere-se ao fato de que nas empresas privadas torna-se mais explícita a produção das contradições e desigualdades que conformam e determinam o surgimento da questão social. No entanto, cabe destacar que nos demais espaços esta produção, também, ocorre dado o modo de vida que caracteriza e movimenta a sociedade capitalista.

⁸ “É a expressão da responsabilidade social de uma empresa em relação com a comunidade em que está inserida. Traduz-se, na prática, no apoio ao desenvolvimento de ações em

pelo setor privado e revela uma contribuição para a gestão social que reside no deslocamento da concepção de gasto, presente nas concepções tradicionais e conservadoras que reduzem toda a aplicação de recursos no social como uma ação pontual e de minimização de uma determinada demanda social, para uma lógica do investimento no social, em que se compreende que toda a aplicação de recursos no social gera impacto social, beneficiando, assim, a sociedade como um todo.

Essa lógica se ampara em um modelo de gestão que vem sendo construído pelas empresas para intervenção no social e tem sua origem, basicamente, na transferência dos padrões de eficiência e de eficácia do negócio privado para a área social (o negócio público).

Se, por um lado, a cidadania empresarial reflete a inserção num modelo político econômico, por outro lado, não há como negar que a participação do empresariado, no enfrentamento da questão social e suas diferentes formas de exclusão é, em si, um fato novo, para o qual necessitamos voltar os nossos olhares mais atentamente (Rico, 1998:39).

O Serviço Social, como profissão que intervém na questão social e tem no setor privado um dos seus espaços sócio-ocupacionais, também está convocado a absorver a demanda da RS das empresas. Assim como, do ponto de vista acadêmico, faz-se necessário que possamos nos debruçar em estudos que nos auxiliem a compreender como essa demanda se configura e com quais fundamentos políticos, teóricos e práticos vem sendo operada, com o intuito de nela incidir com a competência que a contemporaneidade e o nosso projeto ético-político nos delineiam para o exercício profissional. Pensar, portanto, no processo de trabalho que emerge do trabalho com essa demanda, torna-se premente.

O processo de trabalho do Assistente Social junto à Responsabilidade Social

benefício da sociedade e não diretamente de seus próprios funcionários e familiares, o que distingue o conceito das tradicionais políticas de recursos humanos adotadas pelas empresas” (Fundação Semear, 2001).

O papel dos assistentes sociais que atuam junto às organizações empresariais pode ser um diferencial positivo, pois seus conhecimentos, habilidades e atitudes poderão auxiliar tanto na gestão cotidiana da RS quanto na assessoria às empresas, como profissionais liberais que somos. Para tanto, é preciso que reconheçamos, em face do crescente envolvimento das empresas com a RS, que essa é uma demanda que, de fato, entendemos como uma das competências e possibilidades de inserção da profissão.

Além disso, nosso projeto ético-político e nossa capacidade de ler a realidade são fatores determinantes para que a RS venha a ser efetivada de forma democrática e universal, reforçando as conquistas históricas que foram alcançadas pelos movimentos sociais dos trabalhadores e da própria sociedade civil organizada. As proposições que vierem a ser feitas pelo profissional deverão considerar o conjunto de ações já desenvolvidas pelo Estado e, também, as características de cada setor onde a organização estiver situada, pois, a partir delas é possível identificar o que pode ser feito como uma ação de vanguarda da organização e não mera reprodução de ações já desenvolvidas em outros períodos históricos.

É importante que tenhamos claro que não estamos nos referindo à tradicional função social das empresas para as quais, há muito tempo, os assistentes sociais vem sendo incorporados para gerir e que, essencialmente, referiam-se à gestão da reprodução social dos trabalhadores. Na gestão da RS o que está em questão é um novo paradigma de gestão empresarial que contempla, obviamente, as necessidades de reprodução dos trabalhadores, mas que se amplia para as relações da empresa com todos os públicos com os quais ela interage, ou seja, comunidade, clientes, fornecedores, acionistas, governos, meio ambiente etc. Na esteira desse novo paradigma de gestão empresarial encontramos um campo de determinações e de contradições que merece destaque para que não restrinjamos nosso olhar. Referimo-nos à crise mundial do capitalismo contemporâneo e às novas estratégias que o capital lança mão para sobreviver e se reproduzir, ao mesmo tempo em que constatamos um movimento globalizado por uma nova ética planetária que nos permita um futuro para os próximos séculos.

As constatações acerca dos impactos ambientais, econômicos e sociais devastadores com que as empresas, historicamente, atuaram, estão impondo novos comportamentos para que a sua própria sustentabilidade seja possível. É nesse contexto que o movimento de RS nasce e vem se desenvolvendo. É, também, no seu movimento que poderemos captar as suas tendências.

O trabalho profissional junto a esse movimento aponta para algumas particularidades, quais sejam:

- a necessidade de profissionais habilitados para atuar na área da RS, por meio dos cursos de formação específica, da inclusão da temática nos currículos de graduação e/ou de cursos de especialização;
- a articulação com o planejamento estratégico da organização e a sua operacionalização, a partir de um modelo de gestão que lhe é peculiar e, portanto, demanda capacidade profissional/conceitual/metodológica e ética;
- o reforço à concepção de investimento social em detrimento da visão do social como gasto e, portanto, sendo operada na lógica da filantropia empresarial, e essa última nos desafia a reforçar as ações na lógica dos direitos em detrimento da lógica da benesse e/ou da tutela;
- a capacidade de planejar um processo de trabalho sintonizado com os saberes e as práticas que nos permitam incidir, de forma qualitativa, com essa demanda.

A fim de estruturar esse processo de trabalho, propomo-nos a compartilhar a metodologia que empregamos no trabalho como consultora de empresas, para implementação de políticas e/ou projetos de responsabilidade social.

O processo pelo qual uma organização gerencia a sua responsabilidade social tem quatro fases: a fase de sensibilização, a fase de planejamento, a fase da ação e a fase da avaliação.

Fase 1 –Sensibilização: busca mobilizar toda a organização para a reflexão sobre a prática da responsabilidade social, o que poderá ser feito pelo levantamento das ações sociais que a mesma já realizou e/ou realiza, bem como da identificação dos valores que adota na sua relação com os *stakeholders* e dos focos que prioriza na sua ação social. Nessa fase podem ser adotadas as seguintes ações: palestras informativas sobre o tema; estudo de caso e/ou visita à organizações que já possuam ações e/ou políticas de responsabilidade social; sociometria; grupos de discussão sobre temas vinculados à RS, entre outras. Há que se ressaltar que, de modo geral, as organizações já possuem, nos seus quadros, pessoas que desenvolvem ações sociais e/ou voluntariam; deve-se trabalhar a valorização das mesmas e captá-las para participarem das fases seguintes, bem como aglutinar as que passam a se interessar pelo tema.

Fase 2 – Planejamento: pressupõe a análise situacional e diagnóstica (tanto da organização, quanto do contexto externo, a fim de identificar ações necessárias nas áreas de RS Interna e Externa, bem como a definição dos focos de atuação da organização), podendo-se utilizar os indicadores de avaliação propostos pelo Ethos (ver www.ethos.org.br); o estabelecimento de padrões; a geração de caminhos alternativos de ação e a determinação das ações apropriadas, através da elaboração de programas e/ou projetos para os diferentes focos que a organização definiu. Há, ainda, a possibilidade da organização optar pela criação de uma política de responsabilidade social. Nesse caso, a definição da missão, dos valores e objetivos da mesma, precedem a etapa da elaboração dos programas e/ou projetos. É, também, nessa fase que a organização define a estrutura que organizará para operacionalizar a sua RS (se criará uma área específica; se designará a RS para uma área já existente na organização; se estruturará um comitê que componha as diferentes áreas; se contará com consultores/assessores na área etc.) e os recursos financeiros, materiais e humanos que disponibilizará para a mesma.

Fase 3 – Ação: congrega a implementação do que foi planejado e obedece à metodologia de execução de projetos sociais, devendo ser vista como uma fase de execução do que foi planejado, bem como de

retroalimentação, necessitando de coordenação e supervisão, a fim de que os objetivos sejam atingidos.

Fase 4 - Avaliação ou auditoria social: mede as ações praticadas pela empresa, podendo variar entre um simples inventário ou listagem dos seus projetos sociais, uma análise de custo-benefício formal e a formatação de um Relatório Social ou Relatório de Responsabilidade Social.⁹

Considerações Finais

A inserção do Serviço Social junto às empresas privadas para o desenvolvimento da sua Responsabilidade Social pode permitir uma aproximação da profissão com as práticas/respostas que esse setor tem construído e consolidado na esfera social, sendo privilegiado o espaço sócio-ocupacional do mesmo no deciframento da forma atual de se gestionar a questão social. Valorizar tal espaço, a fim de ampliar a visão desse modelo de gestão, a nosso ver, é uma necessidade e um desafio para que o Serviço Social caminhe *pari passu* com as configurações atuais da gestão social, o que pressupõe colocar-se nos múltiplos cenários das organizações e criar, de forma estratégica, novas formas de trabalho que expressem a competência da profissão no trato com essa demanda da realidade social. Negá-las, para nós, seria um retrocesso na configuração das práticas profissionais dessa categoria e uma recusa em trabalhar no real, tal qual se apresenta na contemporaneidade, ou seja, complexificado, difuso, dicotômico e tenso, portanto, pleno de possibilidades, se considerarmos a dialética inerente que o mesmo possui na sua gênese.

Por outro lado, ao constatarmos que há um número considerável de organizações dispostas a desenvolver ações de RS e ao identificarmos, na prática cotidiana da assessoria, que poucas delas dispõem de profissionais,

⁹ É importante atentar para o leitor que estes documentos contemplam no seu interior as informações necessárias para a produção do Balanço Social, não se restringindo às mesmas para a produção deste e, por isso, sendo denominados de Relatório Social ou Relatório de Responsabilidade Social ou, ainda, Relatório de Sustentabilidade Social. Para aprofundar estes aspectos, consultar www.balancosocial.org.br.

apontamos para o espaço sócio-ocupacional que está aberto para os assistentes sociais.

No que se refere às práticas profissionais, temos constatado, com base em fontes empíricas, a partir de contatos com profissionais que atuam nessa área, bem como da leitura analítica dos materiais, que o trabalho do assistente social tem assumido diferentes feições nesse âmbito. Dentre essas feições, destacamos o papel privilegiado de alguns (poucos) profissionais na gestão estratégica da RS, o que garante ao assistente social o poder necessário para interferir nos rumos que empresa trilhará no desenvolvimento da mesma. Nesse caso, o profissional assume todo o planejamento, o monitoramento e a avaliação da gestão da responsabilidade social e, em algumas situações, participa da execução das mesmas.

Constatamos, também, as práticas de profissionais em um nível mais operacional da gestão empresarial, assumindo a execução de ações planejadas por técnicos de outras áreas do conhecimento, restringindo, com isso, as possibilidades de interferência do profissional nos rumos que essas ações poderão tomar.

Em ambos os casos, fica evidente a necessidade de conhecimento específico (saberes acerca da gestão social contemporânea, das políticas sociais públicas, da legislação nos três setores, das metodologias de intervenção junto à responsabilidade social, do planejamento social, dos fundamentos da questão social e do trabalho profissional, entre outros) que articulado à habilidade de planejamento, negociação, capacidade de leitura e diagnóstico e intervenção na realidade social dão ao assistente social uma vantagem significativa para ser um dos técnicos-chave para qualquer organização que deseje desenvolver práticas dessa natureza.

A prática cotidiana do assistente social que atua com a RS tem mostrado, reiteradamente...

A prática cotidiana do assistente social que atua com a Responsabilidade Social tem mostrado, reiteradamente, que esse é um espaço sócio-ocupacional fecundo que se abre para a profissão e que a forma como esse espaço será

ocupado pelo profissional será o fator determinante do direcionamento ético-político a ser imprimido na prática. É dessa constatação que emerge uma clareza teórica, técnica e ética de que os assistentes sociais podem ser sujeitos profissionais protagonistas dos rumos que esse movimento irá tomar. É certo que as respostas não virão dos próprios empresários, mas de técnicos, como o assistente social, que saibam dar direção à esse movimento, imprimindo-lhe um caráter técnico que garanta e amplie a justiça social. Fica o convite para que esses técnicos sejam os próprios assistentes sociais.

Referências Bibliográficas

AKATU. **Pesquisa 2005: Responsabilidade Social das empresas: percepção do consumidor brasileiro**. São Paulo: Instituto AKATU, 2005. Disponível em ww.akatu.net. Acesso em 17.01.2006.

Alessio, Rosemeri. **Responsabilidade Social das empresas no Brasil: reprodução de postura ou novos rumos?** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

FUNDAÇÃO SEMEAR. **Pesquisa sobre Responsabilidade Social na Região do Vale do Rio dos Sinos**. Novo Hamburgo: 2001.

GARCIA, Joana. **O negócio do social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004. (Coleção Passo a Passo n.40).

KARKOTLI, Gilson & ARAGÃO, Sueli Duarte. **Responsabilidade Social: Uma contribuição à gestão transformadora das organizações**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

MACIEL, Ana Lúcia Suárez. **Curso sobre elaboração de Balanço Social**. Porto Alegre: ABRHRS, 2001. (polígrafo).

_____. **Balanço Social: uma demanda emergente para o serviço social?** In: 10º Congresso Brasileiro de Assistentes Sociais, 2001, Rio de Janeiro. Anais do 10º Congresso Brasileiro de Assistentes Sociais, 2001.

_____. **Caderno Universitário da disciplina de Serviço Social Contemporâneo II.** Canoas: ULBRA, 2003.

_____ & RHEINHEIMER, Ivone. **Caderno Universitário da disciplina de Serviço Social Contemporâneo II.** Canoas: ULBRA, 2004.

_____. **A prática do serviço social junto à responsabilidade social corporativa.** In: XI Congresso Brasileiro de assistentes sociais, 2004, Fortaleza. Anais do XI Congresso Brasileiro de assistentes sociais, 2004.

_____. **A gestão social no Brasil: algumas considerações para o debate e a prática do Serviço Social.** In: 1º Encontro nacional dos cursos de serviço social da ULBRA, 2004, Canoas. Anais do 1º Encontro nacional dos cursos de serviço social da ULBRA, 2004.

Curso de Gestão da Responsabilidade Social Corporativa. Porto Alegre: Projecto, 2005 (Material didático).

_____. **Curso de Gestão da Responsabilidade Social Corporativa.** Porto Alegre: SESI-RS, 2006 (Material didático).

MCINTOSH et al. **Cidadania corporativa: estratégias bem-sucedidas para empresas responsáveis.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MONTANA, Patrick J. & CHARNOV, Bruce H. **Administração.** SP: Saraiva, 1998.

MOSTARDEIRO, Márcio. **Conceitos & Conceitos.** In: Revista Conexão Social nº08 (nov/dez). Porto Alegre: MTL Editora 2002.

NETO, Francisco Paulo de Melo & FROES, César. **Responsabilidade social & cidadania empresarial: a administração do Terceiro Setor.** 2ª edição. RJ: Qualitymark, 2001.

_____. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro.** RJ: Qualitymark, 2001.

PELIANO, Anna Maria (Coord.Geral). **A iniciativa privada e o espírito público: A evolução da ação social das empresas privadas no Brasil.** www.ipea.gov.br/asocial. 2006. Acesso em 17.01.2007.

_____ & Beghin, Nathalie. **Pesquisa Ação Social das Empresas.** www.ipea.gov.br/asocial. 2002.

RHEINHEIMER, Ivone. **Responsabilidade Social e Empresarial: uma demanda para a formação em Serviço Social?** (Dissertação de Mestrado em Serviço Social). PPGSS: PUCRS, 2005.

RICO, Elizabeth de Melo & RAICHELIS, Raquel (orgs.). **Gestão Social: uma questão em debate.** SP: EDUC, 1999.

_____. O empresariado, a filantropia e a questão social. In:
Revista Serviço Social e Sociedade nº58, ano XIX, novembro de 1998.
SP: Cortez, 1998. p.24-40.

SILVA, Maria Ozanira da Silva e (Coord.). **O Comunidade Solidária: o não-
enfrentamento da pobreza no Brasil**. SP: Cortez, 2001.

Sociedade descobre o poder de transformar. **Caderno Z.H Comunidade**.
Porto Alegre, Zero Hora, 18 de março de 2002.

SOLA, Lourdes e outros (orgs.). **Sociedade e Estado em transformação**. São
Paulo: Editora da UNESP; Brasília: ENAP, 1999.

SITES:

www.akatu.net

www.balancosocial.org.br

www.ethos.org.br.

www.gife.org.br.

www.ipea.gov.br/asocial