
A responsabilidade social no âmbito das Instituições de Ensino Superior¹

Franco Valentim Pereira*

1 INTRODUÇÃO

A questão da responsabilidade social vem ganhando cada vez mais importância nas atividades empresariais. Este discurso é acompanhado, normalmente, por outros dois temas próximos, porém conceitualmente diferentes, que são a ética nos negócios e a filantropia.

Recentemente, o tema ganha relevo também no âmbito das Instituições de Ensino Superior, pois a responsabilidade social foi incluída como uma das dez dimensões de avaliação das Instituições no Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), instituído pela Lei n.º 10.861 de 14/04/2004.

¹ O presente trabalho é fruto de pesquisa financiada pela Vice-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa da Universidade Paulista - UNIP, dentro do “Programa Individual de Pesquisa para Docentes”, cujo projeto recebeu o título de “A responsabilidade social do *campus* Bauru da UNIP”, sob orientação do professor Fernando Frederico de Almeida Júnior, vinculado ao curso de Direito do *campus* de Bauru.

* Acadêmico do 5º ano do Curso de Direito da Universidade Paulista.

Nesse quadro, o presente artigo propõe uma breve reflexão acerca de algumas dimensões do conceito de Responsabilidade Social, aplicada no âmbito empresarial, de onde se originou, bem como no âmbito das Instituições de Ensino Superior. Aborda-se a definição de responsabilidade social, seu desenvolvimento histórico e seu significado real.

Apresenta-se, igualmente, uma linha interpretativa crítica ao discurso oficial das empresas, ressaltando-se a necessidade de se problematizar o tema. Calcada no paradigma marxista, a crítica à doutrina da responsabilidade social a concebe como uma ferramenta ideológica de fetichização e reificação das empresas e de seus atores.

Por fim, trata-se da responsabilidade social aplicada no âmbito das Instituições de Ensino Superior, enfatizando-se a especificidade do “produto” oferecido por estas instituições, qual seja, a educação. Demonstra-se, nesse quadro, a particularidade que a responsabilidade social adquire neste âmbito, pois as Instituições de Ensino Superior privadas não podem agir como simples empresas. Atuam na promoção de um serviço público social e, dessa maneira, estão sujeitas a maior ingerência do Estado, que regulamenta e fiscaliza sua atuação.

2 A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: ALGUNS APONTAMENTOS

O termo responsabilidade social origina-se no âmbito empresarial, no qual é abordado por diferentes áreas do conhecimento, sendo que a variedade de interpretações e definições é também bastante abrangente.

ASHLEY (*apud* BELIZÁRIO, 2005, p. 70) destaca que

Responsabilidade social significa algo, mas nem sempre a mesma coisa para todos. Para alguns, ela representa a ideia de responsabilidade ou obrigação legal; para outros, significa um comportamento responsável no sentido ético; para outros, ainda, o significado transmitido é o de ‘responsável por’, num modo causal. Muitos, simplesmente, equiparam-na a uma contribuição caridosa; outros tomam-na pelo sentido de socialmente consciente.

REIS e MEDEIROS tecem um panorama desta diversidade conceitual, salientando que uma primeira definição de responsabilidade social pode partir da análise filosófica das próprias palavras que compõem a expressão. Logo,

(...) é possível compreender-se a “responsabilidade social” na Filosofia como a responsabilidade individual e de livre escolha pela realização ou não de um ato, em função

de antever as conseqüências sociais que poderão ocorrer; mas, uma vez realizado, esse ato deve ser assumido por quem o realizou. (2011, p. 9)

No campo das Ciências Sociais, o termo pressupõe, igualmente, uma situação “reativa sobre responder por um ato já realizado”. Trata-se, neste caso, da responsabilidade do agente perante a sociedade como um todo.

Na década de 50, a literatura na área da Economia apresentou um conceito de responsabilidade social dos executivos das grandes corporações dos EUA. Enfatizava que os executivos das grandes corporações tinham a obrigação de levar em conta, em suas decisões, as conseqüências sociais que poderiam decorrer de suas condutas.

REIS e MEDEIROS destacam, ainda, que esta primeira concepção da responsabilidade social dos executivos estava relacionada aos objetivos econômicos da empresa, pois a responsabilidade social poderia ser um meio prático para atingir as metas econômicas. Interessante a observação dos autores, no sentido de que “*essa afirmação demonstra que, para um sistema de livre iniciativa prosperar, assim como é preciso seguir leis e regulamentos, outras responsabilidades devem ser assumidas, nesse caso as sociais*” (2011, p. 10).

Já na década de 1990, autores das áreas de Administração e Marketing enriqueceram a literatura sobre o tema, e acrescentaram ao conceito a noção de compromisso das empresas para com o desenvolvimento social de seu entorno. Tal compromisso, nas palavras de Reis e Medeiros (2011, p. 11), assume um *caráter altruísta* da empresa, de atendimento a interesses maiores, visando o desenvolvimento da comunidade, a proteção do meio ambiente e do direito dos consumidores.

Mais recentemente, a ética foi também agregada à definição de responsabilidade social, fazendo menção aos valores e princípios morais que regem as empresas na execução de suas finalidades econômicas. GADIOLI salienta que “*a ética é o principal instrumento para iniciar a prática de responsabilidade social*”. (GADIOLI *et al*, 2006, p. 177). Assim, todos os membros da sociedade, governos, empresas, cidadãos, ONGS, etc., devem fazer sua parte e assumir atitudes e comportamentos éticos.

Em 1998, o Instituto Ethos foi fundado, tornando-se referência no assunto, e, portanto, legitimador do “discurso oficial” das empresas a respeito do tema, na perspicaz observação de BELIZÁRIO (2005, p. 71).

Importante observar que através da atuação deste instituto, o tema da responsabilidade social empresarial ganhou destaque no país. Em seu site institucional (www.ethos.ogr.br), o Instituto salienta que ao assumir a responsabilidade social na condução de suas atividades, a organização se torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. Tem a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes

(empregados, comunidade, governo, entre outros) e incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos.

Eis a definição de responsabilidade social para o Instituto ETHOS, legitimadora do “discurso oficial” das empresas,

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 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. (BELIZÁRIO, 2005, p. 71)

Importante frisar que não existe ainda um consenso acerca da definição conceitual da responsabilidade social no campo empresarial. Não obstante, o Marketing se destaca com uma importante contribuição nos dias atuais, apontando que a responsabilidade social é materializada pela atuação empresarial que vise vincular doações de natureza filantrópica das empresas – a filantropia em destaque novamente – à estratégia e aos objetivos gerais da empresa (REIS e MEDEIROS, 2011, p. 13).

Corroborando este entendimento, DUARTE e TORRES assinalam que uma ação socialmente responsável das empresas não se restringe a doações de caráter filantrópico, mas pressupõe uma atuação empresarial coordenada, planejada e duradoura.

Para as autoras,

(...) quando se fala em responsabilidade social, a empresa age de forma estratégica, ou seja, são traçadas metas para atender às necessidades sociais, de forma que o lucro da empresa seja garantido, assim como a satisfação do cliente e o bem-estar social. Há um envolvimento, um comprometimento, que são duradouros. (DUARTE e TORRES, 2005, p. 23)

Trata-se de “resgatar a função social da empresa” (DUARTE e TORRES, 2005, p. 24), cujo objetivo é promover o desenvolvimento humano sustentável, no aspecto ambiental, social, cultural, econômico e político, reduzindo, assim, a distância entre o social e o econômico.

No mesmo sentido, GADIOLI e outros destacam que há uma distinção entre responsabilidade social e filantropia. “*A primeira busca estimular o desenvolvimento do cidadão e fomentar a cidadania individual e coletiva, tendo sua ética centrada no*

dever cívico. (...) As ações de filantropia são restritas e partem de desejos individuais.” (GADIOLI *et al*, 2006, p. 177)

Importante destacar, igualmente, a expressão cidadania corporativa, que surge no cenário empresarial, remetendo a empresa a um contexto global em que o planejamento empresarial deve contemplar o impacto de seus produtos e serviços sobre os diversos públicos com os quais a empresa se relaciona na sociedade.

Contudo, a função econômica da empresa é ainda a pedra de toque da responsabilidade social, pois o comportamento fundamentado na cidadania corporativa tem por finalidade precípua “*proteger a reputação e reforçar a imagem da marca*” (REIS e MEDEIROS, 2011, p. 14). Esta advertência vai ao encontro de uma linha interpretativa da responsabilidade social que se fundamenta na teoria marxista, como se verá em linhas futuras.

Nesse contexto, REIS e MEDEIROS definem a responsabilidade social empresarial da seguinte maneira

A responsabilidade social, em sua essência filosófica, remete à ação humana, que, por ser consciente, dá a possibilidade de prever os efeitos do próprio comportamento junto à sociedade e, por ser livre, pode evitá-lo se for nocivo a esta (ABBAGNANO, 1998). Assim, a expressão *responsabilidade social as empresas* é um comportamento da organização que, sendo responsável, toma decisões orientadas por uma conduta ética, porque tem consciência de que seus atos não poderão gerar conseqüências sociais negativas, seja a um dos *stakeholders*, seja à sociedade em geral. (REIS e MEDEIROS, 2011, p. 14)

Demonstrou-se até o momento a diversidade de conceitos que buscam dar conta da definição de responsabilidade social empresarial, enfatizando-se a ausência de consenso entre os autores. Os pontos comuns nas interpretações analisadas consistem no entendimento de que a responsabilidade social implica em uma atuação empresarial planejada que tenha por objetivo conciliar os interesses dos investidores em obter lucro com a proteção do meio ambiente e do direito dos consumidores e o desenvolvimento social, cultural e político da comunidade na qual a empresa está inserida.

Fernando B. Belizário (2005) apresenta uma importante contribuição para o debate sobre o tema. O autor distingue duas linhas interpretativas a respeito da responsabilidade social, sendo que o conteúdo exposto até o momento integra uma destas linhas: aquela que se fundamenta no paradigma do funcionalismo e trata da

necessidade de as empresas assumirem sua função social perante a comunidade na qual se insere.

Em uma análise bastante interessante, aponta que há outra linha interpretativa que se sustenta no paradigma marxista e busca provar que a responsabilidade social é uma estratégia para garantir uma boa imagem, visando o aumento do lucro empresarial.

No que se refere à primeira linha interpretativa, inserida no paradigma funcionalista, o discurso oficial das empresas aborda a responsabilidade social em um contexto orgânico. A sociedade, como um todo, é vista como um organismo, no qual as empresas são apenas parte, e todos os membros desta sociedade orgânica devem contribuir para o funcionamento correto das partes. Trata-se da busca do consenso, da harmonia.

Nesse quadro, o autor assinala que

É nessa necessidade de harmonia e solidariedade que aparece o discurso da responsabilidade social como consequência natural e necessária da tomada de certa consciência do papel da empresa para a sociedade. Ele será uma decorrência desse reconhecimento da empresa como um agente social, portanto também engajada nas questões de interesse público e também por uma espécie de chamamento público para ajudar a manter a harmonia social, dada a atual incompetência do Estado em prover o bem-estar. Podemos verificar esses aspectos de várias formas. (BELIZÁRIO, 2005, p. 66)

No esforço de categorizar a doutrina da responsabilidade social no âmbito do discurso oficial das empresas, BELIZÁRIO sustenta que tendências macrosociais contribuíram para a adoção desta doutrina, notadamente, a falência do modelo neoliberal, *“entendido como o modelo que deu o aval às empresas para cuidar do sucesso financeiro das nações enquanto ficou ao Estado a tarefa de promover o bem-estar da sociedade e regular as atividades dos mercados”*. (BELIZÁRIO, 2005, p. 67). O mundo constatou amargamente a incompatibilidade entre o modelo neoliberal e o desenvolvimento social, mormente, em grandes períodos de crise econômica, como em 1929 e, mais recentemente, em 2008.

Concomitantemente a constatação de inadequação do modelo neoliberal, a sociedade observou o fracasso do Estado em promover o bem estar social. A incapacidade de criar políticas públicas de garantia do bem estar tem feito o Estado perder espaço frente o agigantamento das empresas nas últimas décadas.

Somam-se a esses elementos o desenvolvimento tecnológico e a formação de um “consumidor mais crítico”, e, dessa maneira, o cenário em que se consolida a doutrina da responsabilidade social está formado.

Assim, as empresas tomam para si a tarefa de promover o bem estar junto com a sociedade civil. Primeiro, pela regulação de suas ações e, depois, por pertencerem a um mesmo organismo social. Não poderão mais agregar valor só a si, mas a todos. Essa mudança de foco de agregação de valor, de postura em relação ao organismo social por parte das empresas, é que se pode chamar de “movimento da responsabilidade social”. (BELIZÁRIO, 2005, p. 70)

Em síntese, o discurso oficial das empresas, calcado no funcionalismo, prega a busca do consenso, da harmonia. Cada membro do organismo deve contribuir para o desenvolvimento do todo social, de maneira que as peças se encaixem perfeitamente, como em uma engrenagem de um relógio, ou, mais apropriadamente, como os órgãos de um organismo vivo.

Percebe-se que as definições de responsabilidade social trabalhadas até o momento enquadram-se neste paradigma funcionalista, dando embasamento ao discurso oficial das empresas. Estas, como membros do organismo, são responsáveis pelo desenvolvimento integral da sociedade na qual estão inseridas e o discurso da responsabilidade social seria a ferramenta estratégica para a assunção deste papel fundamental das instituições empresariais.

Contra-pondo-se ao funcionalismo, o discurso crítico sobre a empresa e sobre a responsabilidade social fundamenta-se na teoria marxista. Esta linha interpretativa traz à baila o conceito de ideologia, argumentando que o discurso da responsabilidade social tem por finalidade contribuir para a consolidação da ideologia hegemônica. Ao pregar o consenso e a busca da harmonia, o funcionalismo mascara as relações de poder inerente às relações sociais no mundo contemporâneo.

Nesse sentido,

O marxismo entende o paradigma funcionalista de uma só forma: discurso de alienação. Ao pregar uma sociedade em consenso, o livre-arbítrio, o objetivo comum etc., há uma colaboração com a manutenção do *status* de classe dominante. Em termos gerais, podemos dividir a crítica ao funcionalismo em duas partes: a necessidade de integração e o fetichismo por consequência, dos quais falaremos adiante. (BELIZÁRIO, 2005, p. 87)

BELIZÁRIO sustenta que a palavra chave para compreender a diferença entre os dois discursos é “conflito” (2005, p. 88). Ao passo que o funcionalismo ignora o conflito, criando a pedagogia da harmonia, o marxismo o coloca no início da explicação de tudo, nas palavras do autor.

A linha interpretativa crítica ao funcionalismo faz uso de categorias teóricas como “luta simbólica”, “dominação simbólica” e “alienação” para evidenciar que o discurso do consenso esconde os interesses da classe dominante. Com efeito, este

grupo faz uso de ferramentas ideológicas para mascarar a dominação e manter a coesão social, atendendo, assim, a necessidade de integração social.

A atuação visando a integração social, por meio da ocultação do conflito, tem como consequência o “fetichismo” e a “reificação” da empresa. *O fetichismo e a reificação são mecanismos para dificultar a tomada de consciência dos agentes sobre seu papel na construção da história.* (BELIZÁRIO, 2005, p. 91)

Dessa maneira, a empresa é encarada como *produtora de representações* (BELIZÁRIO, 2005, p. 92), pois produz representações sobre a conduta de seus agentes e as expectativas quanto ao comportamento, aos papéis e aos hábitos de pensamento e ação. Consoante ao autor, a empresa *reproduz pacificamente as relações de produção, gratifica os que compartilham delas, pune os que não participam.*

Mais que produtoras de representações, as empresas são *fetichizadas* (BELIZÁRIO, 2005, p. 91), ou seja, passam por um mecanismo de omissão de seus agentes e interlocutores, com a finalidade de atribuir ao espaço social um *status* de agente autônomo além do humano. Com isso, omite-se a luta simbólica e atribui-se uma “imanência aparente” aos objetivos definidos pela classe social hegemônica, fazendo com que os outros tomem para si tais objetivos. *“Dessa forma, existe uma imanência aparente, quando o valor é resultado de uma imposição interessada. Representação social dominante.”* (BELIZÁRIO, 2005, p. 91).

Nesse quadro, o discurso da responsabilidade social é uma das várias representações sociais criadas pela empresa como estratégia para assumir seu papel dominante na sociedade, potencializando ao máximo os lucros auferidos. Nas palavras do autor, a responsabilidade social é uma representação social estratégica, sendo que a estratégia representa uma oportunidade de maximizar os lucros das empresas.

Portanto, a responsabilidade social no paradigma marxista, que critica o discurso oficial das empresas, assume as seguintes características:

A responsabilidade social é uma representação social estratégica. Enquanto *representação*, ela é formada por ancoragem e objetivação, e como *estratégia*, é vista como uma oportunidade de auferir lucros, imagem e melhorar a competitividade. Não podemos isolar um mecanismo do outro, pois os meios da estratégia são também os meios de ancoragem e objetivação e os fins estratégicos, causa da manutenção da representação.

As empresas e os profissionais responsáveis por sua imagem, se medeiam alguma coisa, medeiam sim a relação das representações sociais que criam com o que pretendem ocultar. No caso, investir na sociedade para mascarar o lucro. Ao contrário dessa incongruência – prejudicar a *performance* do discurso –, ela o potencializa. Serve a dois objetivos diferentes: angaria pretendentes (empresas) interessadas em criar uma boa vontade com seus *stakeholders* – e então temos cinismo e dissimulação (estratégia) – e alista os tais *stakeholders*, fazendo-os crer na sua causa, no seu envolvimento (alienação). (BELIZÁRIO, 2005, p. 94)

Destaca-se que a responsabilidade social é uma **representação**, formada por ancoragem e objetivação, e ao mesmo tempo, uma **estratégia** que objetiva maximizar os lucros, como dito acima. A ancoragem consiste na representação do universo consensual de falência do Estado em cumprir suas funções e a identificação funcionalista da sociedade. A objetivação, por sua vez, é a relação de uma imagem com o aspecto da realidade.

Considerando que a responsabilidade social possui um aspecto de objetivação, é impossível deixar de comentar a observação de BELIZÁRIO (2005, p. 96) a respeito do repúdio que o discurso oficial das empresas sustenta em relação às ações filantrópicas. Neste trabalho, em linhas pretéritas, já se apontou que a responsabilidade social não pode ser confundida com ações filantrópicas, pois aquela implica em uma gestão estratégica de longo prazo, continuada, ao passo que a filantropia consiste em uma ação isolada. Isto se explica, segundo o autor, porque o discurso oficial das empresas vê na responsabilidade social um meio de melhorar a imagem e a competitividade da empresa, e não um fim em si mesmo.

Destarte, a *“seleção dos projetos sociais precisa ter uma repercussão rápida para que o investimento atinja suas finalidades de forma lucrativa”* (BELIZÁRIO, 2005, p. 96). Com isso, *“a grande justificativa para o repúdio é que a doação em dinheiro (filantropia) não traz resultados rápidos”*, parecendo até mesmo, que as empresas procuraram esconder sua rentabilidade atrás da máscara da cidadania, nas palavras do autor.

Com o intuito de legitimar a representação das empresas no discurso da responsabilidade social, o próprio setor empresarial cria mecanismos que dão sustentação às práticas, aproximando a imagem criada pelo discurso à própria realidade, até que ambas se confundam. Nisso consiste o processo de objetivação. Tais mecanismos de legitimação são organizações que ajudam a propagar este discurso, como o Instituto ETHOS, FIDES, GIFE e outros.

Nas palavras do autor,

Como vimos na primeira parte, há organizações como Instituto Ethos, Fides, Gife e PNBE que apóiam o discurso da responsabilidade social. Mais que isso: elas legitimam e dão a credibilidade necessária para sua reprodução. Ao criarem prêmios, concursos e até cartilhas, elas ensinam com tornar real a representação, como uma empresa pode manifestar esse adjetivo. A “empresa socialmente responsável” passa a ser uma categoria almejada, mais do que um adjetivo almejado. A responsabilidade social vira um objeto que se busca seguindo as instruções dessas instâncias. As instâncias de legitimação é que passam a ser adoradas, e seus discursos se transformam em metas, objetivos a serem alcançados, rótulos. (BELIZÁRIO, 2005, pp. 96-7)

Em síntese, buscou-se demonstrar os elementos comuns às inúmeras definições de responsabilidade social, ressaltando que este discurso é pautado na ideia de conciliar uma atuação empresarial filantrópica à estratégia e aos objetivos gerais da empresa, promovendo uma ação continuada de desenvolvimento social. Este foi tratado como o “discurso oficial” das empresas.

Objetivou-se, igualmente, apresentar uma interpretação crítica ao tema da responsabilidade social empresarial, fundamentada no paradigma marxista, como contraponto ao discurso oficial. O discurso crítico sobre a responsabilidade social entende a empresa como um instrumento ideológico que visa mascarar o conflito de classes e permitir a reprodução das relações de produção. Nesse sentido, a responsabilidade social seria apenas uma representação estratégica que teria por finalidade melhorar a imagem da empresa e maximizar seus lucros.

No tópico seguinte, analisar-se-á a aplicação do discurso / conceito de responsabilidade social no âmbito das Instituições de Ensino Superior, buscando refletir a respeito da implementação dos elementos apresentados na educação.

3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS IES: DESENVOLVIMENTO HISTÓRICO

Acredita-se que os princípios e ideais relacionados à função social – seja de uma instituição, de um bem ou de um contrato – ou qualquer categoria analítica conceitual que tome como referência este princípio básico sejam categorias normativas relativamente recentes no cenário brasileiro, mormente após a promulgação da Constituição Federal de 1988.

Nesse sentido, está em evidência o conceito de *responsabilidade social* das Instituições de Ensino Superior, o qual vem sendo utilizado como substituto da expressão *compromisso social*, utilizada enquanto “*categoria e princípio ético do fazer universitário*” (CALDERÓN, 2005, p. 14).

No entanto, Adolfo Ignácio Calderón salienta que a responsabilidade social da universidade não é algo tão novo quanto se imagina, pois foi o tema XXV Congresso Mundial da *Pax Romana*, realizado em 1962. Como explica o autor, a *Pax Romana* consiste em um movimento de intelectuais e acadêmicos católicos que atuam no ambiente universitário.

Este grupo, segundo o autor, apontava que a Universidade teria a responsabilidade social como dever para com os estudantes, os grupos sociais, o Estado e a Igreja.

Deve-se compreender, neste contexto, a responsabilidade social com um significado amplo e um significado específico.

De forma ampla, a Universidade teria um compromisso para com a sociedade como um todo, lembrando que havia predominância de instituições estatais neste período. Caberia à Universidade dar um retorno àqueles que a financiavam.

No mesmo sentido, MACEDO (2005, p. 8) constata o compromisso que a universidade assume a partir de meados da década de sessenta, assinalando que o embrião da extensão universitária passa a ser concebido na Lei nº. 5.540, de 1968.

Consoante ao autor,

De forma embrionária a Lei n.º 5.540, de 28 de novembro de 1968, abre espaço para o que mais tarde será definido como “extensão universitária” ao estabelecer, em seu art. 20 que:

As universidades e os estabelecimentos de ensino superior estenderão à comunidade, sob forma de cursos e serviços especiais, as atividades de ensino e os resultados da pesquisa que lhe são inerentes” e, em seu art. 40, que as instituições de ensino superior “por meio de suas atividades de extensão, proporcionarão aos corpos discentes oportunidades de participação em programas de melhoria das condições de vida da comunidade e no processo geral do desenvolvimento.

Estas indicações são suficientes para delinear o perfil da instituição de ensino superior de então, o qual se manteve até o final da década de 80. A universidade brasileira, nesse período, pode ser caracterizada como uma instituição na qual o ensino, marcado pela pesquisa, tinha por objetivo a formação de quadros de pesquisadores e de profissionais de alto nível de qualificação. (MACEDO, 2005, p. 8)

Mas havia, ainda, um significado específico da responsabilidade social das instituições de ensino superior, representado pelo dever da Universidade procurar soluções para os problemas sociais postos em um contexto de inúmeros movimentos sociais, da Guerra Fria e de grande agitação política de um mundo bipolar, dividido entre uma potência capitalista (EUA) e uma potência socialista (URSS).

Não se pode perder de vista que a responsabilidade da universidade pela dimensão social e educadora do ensino era traduzida, neste momento, na preocupação em formar um cidadão crítico capaz de olhar para as classes menos favorecidas da sociedade e intervir através das atividades de extensão universitária.

Observa-se que a partir da década de sessenta, a responsabilidade social da universidade foi uma tendência emergente em universidades europeias e norte americanas, da qual o Congresso da *Pax Romana* era o maior reflexo. (CALDERÓN, 2005, p. 14)

Interessante assinalar que, mencionando Boaventura de Sousa Santos, CALDERÓN observa que

(...) naquele período, a reivindicação da responsabilidade social assumiu tonalidades distintas. Se para alguns tratava-se de criticar o isolamento da universidade e de colocá-la a serviço da sociedade, para outros tratava-se de denunciar que o aparente isolamento escondia seu envolvimento em favor dos interesses e das classes dominantes, fato que devia ser condenado. (2005, p.14)

Pode-se perceber que a influência do contexto da Guerra Fria e da leitura marxista sócio-histórica é bastante marcante no desenvolvimento de uma das linhas interpretativas desta primeira ideia de responsabilidade social da universidade.

A partir da década de 90, o termo responsabilidade social generalizou-se, não mais por influência do contexto político mundial, mas sim em razão de se tornar um dos pilares de sustentação do Terceiro Setor, que por uma série de fatores de ordem estrutural, social, econômica e política, tiveram projeção nacional.

A queda do Muro de Berlim e o fim da Guerra Fria cederam espaço para o desenvolvimento de uma nova mentalidade empresarial, que impulsionou a popularização de um novo tipo de gestão, lastreada no conceito de responsabilidade social. Este conceito se expressa em outros fundamentos atualmente, e relaciona-se principalmente com a noção de sustentabilidade.

Assim, CALDERÓN aponta que

Embora para o senso comum e a opinião pública em geral, a responsabilidade social seja sinônimo de filantropia empresarial, vantagens competitivas e marketing social, para um grupo de empresários reunidos no Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social¹, tornou-se sinônimo de uma nova forma de gestão empresarial e não mera filantropia empresarial. (2005, p. 16)

No campo educacional, as mudanças no quadro das instituições de ensino superior, em razão da mercantilização da educação superior, inseriram novos atores educacionais. As instituições privadas, comunitárias, confessionais, enfim, todas aquelas que são mantidas no todo ou em sua maior parte pela iniciativa privada sofreram profunda alteração, e, por isso, precisaram assumir uma mentalidade e uma gestão empresarial.

Nesse quadro, as IES passaram a brigar em um mercado competitivo, incorporando estratégias tipicamente empresariais, dentre elas, a categoria da responsabilidade social em sua gestão, como “marketing” empresarial.

O problema que se coloca é que o produto oferecido por tais instituições não é um mero item de mercado. Mais do que simples empresas, as instituições de ensino superior atuam na prestação de um serviço público, a educação, e por isso, a natureza pública de seu serviço não pode sucumbir frente o pragmatismo do mercado capitalista.

Atento a esta mudança no cenário educacional, CALDERÓN adverte que

Se, por um lado, os fatos mencionados mostram que ao adotar discursos ou práticas do mundo empresarial as IES particulares se alinham com as tendências do mercado universitário, por outro, não se pode generalizar que todas as IES particulares, principalmente comunitárias estão adotando instrumentais da responsabilidade social do mundo empresarial. Existem restrições à incorporação desses instrumentais uma vez que, na visão de amplos setores do cenário intelectual, a universidade não é uma empresa.

(2005, p. 19)

Mas então como essa estratégia gerencial se traduz na atividade educacional? Quais os contornos que a responsabilidade social ganha no âmbito de uma instituição de ensino superior?

É o que se investigará no tópico seguinte.

4 DEFINIÇÃO E ABRANGÊNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO ÂMBITO DAS IES

Quando se trata do tema da responsabilidade social no âmbito das Instituições de Ensino Superior (IES), deve-se partir da advertência de Calderón, no sentido de que a universidade não é uma empresa. Esta primeira observação dá conta da especificidade do “produto” oferecido por estas empresas e, por isso, o discurso da responsabilidade social assume uma faceta diferenciada.

Este “produto” deve ser analisado no quadro dos serviços públicos oferecidos pelo Estado. Na definição de Maria Sylvia Zanella Di Pietro, **serviço público** deve ser compreendido

(...) como toda atividade material que a lei atribui ao Estado para que a exerça diretamente ou por meio de seus delegados, com o objetivo de satisfazer concretamente às necessidades coletivas, sob regime jurídico total ou parcialmente público. (DI PIETRO, 2010, p. 102)

Nesse quadro, a educação é classificada como um **serviço público social** na lição da autora, pois *“atende a necessidades coletivas em que a atuação do Estado é*

essencial, mas que convivem com a iniciativa privada, tal como ocorre com os serviços de saúde, educação (...)”. (DI PIETRO, 2010, p. 111).

O artigo 205 da Constituição Federal dispõe que a educação é direito de todos e **dever** do Estado e da família, e será promovida e incentivada com o apoio da sociedade. Dessa maneira, a atuação do Estado visa garantir a efetivação dos direitos fundamentais sociais positivados no artigo 6º da Carta Magna. Por um lado é um direito fundamental do cidadão e por outro dever do Estado.

Observa-se, portanto, que as Instituições de Ensino Superior não atuam como simples empresas em um mercado predominantemente privado. Devem seguir aos princípios estabelecidos na própria Constituição Federal (artigos 206, 207, 208) e na Lei nº. 9.394/96 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação) e estão sujeitas a uma maior ingerência do Estado, que regulamenta e fiscaliza sua atuação. A ingerência do Estado se faz necessária por determinação constitucional, já que a educação é um **serviço público**.

Por isso, a partir de 2004 o discurso da responsabilidade social assumiu ainda maior relevância no cenário do ensino superior, com o início da operacionalização do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), instituído pela Lei n.º 10.861 de 14/04/2004.

Com a intervenção do Estado, a responsabilidade social foi incluída como uma das dez dimensões de avaliação das Instituições de Ensino Superior. A partir de então o que era apenas uma categoria de gestão empresarial assumiu caráter de instrumento de avaliação da qualidade de uma instituição de ensino.

Contudo, esta intervenção estatal no ensino superior por meio da normatização que exige das instituições uma atuação pautada na responsabilidade social gera polêmica. As questões que se colocam se referem ao próprio sentido que a responsabilidade social assume para o Estado, no que se refere à educação. Será o mesmo discurso de “responsabilidade social” que uma empresa de um ramo qualquer adota?

Os autores analisados indicam que não. A responsabilidade social no âmbito das IES parece representar uma categoria diferenciada daquela aplicada no setor empresarial.

Nesse sentido, o discurso assume outra característica quando a doutrina da responsabilidade social é empregada no âmbito do ensino, mormente, nas instituições de ensino superior. TODOROV (2005, p. 42) argumenta que a responsabilidade social de uma instituição de ensino está envolvida com o compromisso de formação e produção de conhecimento, apoiada no trinômio qualidade/compromisso/liberdade.

Para o autor, a liberdade deve ser o ideal a ser buscado, juntamente com a superação de graves problemas sociais traduzidos nas desigualdades e crescentes discrepâncias entre os grupos sociais. Para alcançar tais ideais, o caminho deve ser a ciência colocada como uma ferramenta a serviço da humanidade.

Em seus próprios termos,

O compromisso social de um estabelecimento de ensino superior está no caminho da superação da dependência, da fome, da miséria, sem repudiar a ciência, colocando-a a serviço da humanidade. O ensino deve ser independente, insubornável, autônomo e leal aos padrões internacionais do conhecimento, pois a ausência do trinômio qualidade-compromisso-liberdade é crime contra a cultura, é crime contra o País. (TODOROV, 2005, p. 42)

O autor observa que o desenvolvimento científico no mundo contemporâneo atingiu patamares nunca vistos, dando ao homem condições materiais e metodológicas que lhe permitam, ao menos sob o ponto de vista técnico-científico, satisfazer todas as necessidades básicas da população mundial.

No entanto, alguns obstáculos impedem a concretização deste ideal, notadamente, a tendência à especialização das disciplinas, pois dificulta a interação entre os diferentes campos do saber. Com isso, *“a cooperação de uma disciplina com outras é cada vez mais problemática e isso subverte o papel social da academia.”* (TODOROV, 2005, p. 43)

Conclui-se da observação de TODOROV, mencionada no parágrafo anterior, que uma primeira particularidade da responsabilidade social no âmbito de uma Instituição de Ensino Superior consiste na obrigação que esta organização tem de atribuir ao conhecimento científico uma função social, dever que perpassa pela interdisciplinaridade. Ou, em outros termos, a responsabilidade social da universidade é devolver à sociedade, sob a forma de conhecimento e de formação crítica de seus alunos, todo o investimento que a sociedade nela depositou. Para isto, é imprescindível romper a barreira das “especialidades”, pois o conhecimento não pode ser compartimentado.

Uma das formas de se cumprir essa função se dá através das atividades de extensão universitária. Muitas instituições preocupam-se com trabalhos de extensão universitária, de atendimento à comunidade, e com a formação de profissionais atentos às práticas sustentáveis, como forma de atuar com responsabilidade social.

Todavia, tal qual no âmbito empresarial, na educação a responsabilidade social não pode ser confundida com ações filantrópicas de assistencialismo. Dessa maneira, a extensão universitária não pode ser compreendida como filantropia.

Ela se justifica como ação de continuidade de estudos e pesquisa e está atrelada à produção de conhecimento e formação crítica de profissionais voltados para uma atuação engajada no meio social. Importante frisar que a extensão universitária não é uma atividade isolada da universidade.

Trata-se da aplicação do **princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão**, previsto no artigo 207 da Constituição Federal, segundo o qual “*às universidades gozam de autonomia didático-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial, e obedecerão ao princípio de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão.*”

Daí a advertência de TODOROV

É preciso evitar, por outro lado, que se continue a confundir extensão universitária com ações filantrópicas baseadas no trabalho voluntário dos alunos, professores e funcionários – a chamada responsabilidade filantrópica (CARROLL, 1999). O trabalho de extensão só se justifica à medida que extensão é ensino e/ou pesquisa: o aluno atende a população carente como parte de seu aprendizado prático, seja no exercício profissional, seja no treinamento de suas habilidades de pesquisa. A responsabilidade social está em tudo o que cerca a formação dos alunos e a produção de conhecimento. (TODOROV, 2005, p. 44)

CALDERÓN, por sua vez, argumenta que “*o conceito de responsabilidade social aplicado ao universo das IES representa um avanço teórico no fortalecimento da dimensão pública do sistema universitário brasileiro.*” (2005, p. 22). O autor sustenta, assim como TODOROV, que a responsabilidade social da universidade representa os deveres que a instituição tem para com o equacionamento dos problemas sociais do país. Assim, a responsabilidade social universitária consiste nos deveres e obrigações da universidade, considerando-se a natureza institucional das IES.

Portanto,

Adotar o conceito de responsabilidade social universitária significa assumir a maioria, ou seja, assumir a responsabilidade de seus atos institucionais. Significa que as IES não podem mais fugir de suas obrigações.

Significa que a universidade não pode mais estar isolada como uma empresa somente preocupada com os lucros, no caso de muitas IES particulares, ou com um grupo de intelectuais preocupados com devaneios teóricos que não levam a lugar algum e que somente representam gastos aos cofres públicos, no caso das IES estatais. O ensino tem de ser socialmente responsável. A pesquisa tem de ser socialmente responsável. Não se trata de um compromisso para o futuro. Trata-se de uma obrigação para o hoje e não mais uma promessa para o amanhã. (CALDERÓN, 2005, p. 23)

Uma vez mais a extensão universitária aparece nas reflexões a respeito da responsabilidade social das instituições de ensino superior. CALDERÓN ressalta

a importância da extensão universitária no âmbito das IES, pois representa a ferramenta que permite às instituições de ensino exercerem realmente sua missão pública.

Nas palavras do autor,

Finalizando, sem dúvida alguma, a radicalização da extensão é o grande desafio à gestão universitária. Trata-se de criar uma nova cultura institucional que permita que as IES cumpram seus deveres e obrigações e a construção de uma universidade socialmente responsável.

Trata-se também de deixar de lado o amadorismo e a improvisação para fazer da extensão a alma das IES, para que estas exerçam realmente sua missão pública, independentemente da sua natureza jurídica.

Criar políticas extensionistas financeiramente viáveis, com projetos sérios e consistentes, enraizados nas atividades de ensino e de pesquisa, com uma estrutura gerencial ágil e pró-ativa, sustentado em sólidas parcerias e na valorização dos recursos humanos, é a grande meta na tentativa de aprofundar a dimensão pública das instituições de ensino superior.

(CALDERÓN, 2005, p. 26)

CARVALHO reforça o entendimento de que a responsabilidade social no âmbito das IES não é o mesmo discurso empreendido pelas empresas. A autora aponta que, pelo fato de ser a educação um serviço público caracterizado pela função social, *“o próprio fato de constituir-se como instituição de educação já nos faz inferir, diretamente, que toda IES traz, em seu cerne, em sua razão de existir, o compromisso com uma determinada responsabilidade social.”* (CARVALHO, 2005, p. 55).

Todavia, nem sempre esta relação entre a educação e a responsabilidade social das instituições é clara na sociedade brasileira, mormente, quando se trata de instituições privadas de ensino. A educação, em que pese caracterizar-se como um serviço público, não é promovida privativamente pelo Estado. O ensino é livre à iniciativa privada, por disposição expressa do artigo 209 da Constituição Federal. As instituições privadas atuam como delegadas do serviço público.

Diante disso, acredita-se que a crítica que Fernando Branco Belizário apresentou, como discutido no tópico “2” deste trabalho, pode muito bem ser aplicado no âmbito das Instituições de Ensino Superior. Ou seja, é preciso analisar com bastante cautela se a responsabilidade social não é também utilizada pelas IES privadas como ferramenta ideológica para mascarar as relações sociais de produção e a real intenção das instituições: a maximização dos lucros.

Cabe a toda sociedade e, sobretudo ao Estado, promover esta fiscalização e denunciar os abusos cometidos. A sociedade tem o crivo do “consumidor” dos produtos oferecidos e, acima de tudo, do cidadão que busca uma formação acadêmica consolidada. O Estado o faz por meio dos inúmeros instrumentos avaliativos previstos atualmente.

Entretanto, bastante oportuna a observação de ALMEIDA JÚNIOR (2006, pp. 69-70), em relação às avaliações institucionais externas do ensino superior promovidas pelo Estado. Consoante ao autor, o Estado, ao promover a avaliação, deve assegurar o respeito à identidade e à diversidade das instituições.

Em suas palavras,

O próprio MEC admite expressamente que há uma enorme diversificação na educação superior brasileira. Seja por iniciativa própria ou mais fortemente por desafios impostos pelos governos, por organismos multilaterais, pelo mercado ou por setores difusos da sociedade, as instituições de educação superior hoje se vêem pressionadas a dedicar-se a aspectos tão diferentes quanto importantes, contraditórios ou não, como a produção de tecnologia de ponta e a capacitação para o trabalho em profissões antigas e novas, a formação de cidadãos reflexivos e críticos, mas também profissionais empreendedores, inovação tecnológica para a grande indústria e de baixo custo para pequenas empresas, juntamente com a preservação da alta cultura e da cultura popular, educação continuada e atendimento de demandas imediatas, desenvolvimento da consciência de nacionalidade e ao mesmo tempo inserção ativa no mundo globalizado, atendimento a carências educacionais e de saúde da população e pressão pelo sucesso individual e tantas outras demandas e exigências distintas e muitas vezes antagônicas. A diversificação institucional, bem como a crise de identidade da educação superior, por uma parte explicam-se pela necessidade de criar instituições com diferentes formas e concepções e, por outro lado, pela dificuldade de atender satisfatoriamente a todas essas exigências e aos múltiplos desafios gestados neste período histórico. **A regulação da educação e a avaliação educativa devem ter em conta que a uma instituição em particular é praticamente impossível oferecer respostas qualificadas a todas essas demandas, mas é importante que o conjunto das instituições, solidariamente, seja capaz de atender, ao menos, às demandas prioritárias para amplos e diferentes setores da sociedade. A avaliação da educação superior deve ter uma concepção tal que atenda ao critério da diversidade institucional; deve contribuir para a construção de uma política e de uma ética de educação superior em que sejam respeitados o pluralismo, a alteridade, as diferenças institucionais, mas também o espírito de solidariedade e de cooperação.** Cada instituição tem sua história e constrói concretamente suas formas e conteúdos próprios que devem ser respeitados. No desenho da regulação e da avaliação, cada instituição deveria submeter-se ao cumprimento das normas oficiais e aos critérios, indicadores e procedimentos gerais, porém, ao mesmo tempo, exercitar sua liberdade para desenvolver, no que for possível e desejável, processos avaliativos que também correspondam a objetivos e necessidades específicos. Além disso, a avaliação deve servir de instrumento para aumentar a consciência sobre a identidade e, portanto, as prioridades e potencialidades de cada instituição em particular. (ALMEIDA JÚNIOR, 2006, pp. 69-70) (sem grifos no original)

Portanto, a conclusão a que se chega é a de que o discurso da responsabilidade social no âmbito das Instituições de Ensino Superior não pode ser compreendido da mesma maneira que aquele do qual se utilizam as empresas que atuam em outro setor.

A especificidade do “produto” oferecido pelas IES, um serviço público social, faz com que a atuação de uma instituição privada de ensino se distancie sensivelmente da atuação de uma empresa de qualquer outro ramo. As IES estão sujeitas à ingerência

do Estado, que regulamenta e fiscaliza sua atuação na área da Educação e, por isso, não podem almejar tão somente ao lucro.

Por isso, a responsabilidade social parece adquirir novo significado neste âmbito. Ela está relacionada, ao menos em tese, aos deveres das instituições de ensino superior de atribuir ao conhecimento científico uma função social, dever que perpassa pela interdisciplinaridade.

Vale ressaltar que uma das formas de se cumprir essa função se dá através da extensão universitária, que deve ser concebida como uma atividade integrada ao ensino e à pesquisa. Assim, muitas instituições preocupam-se com trabalhos de extensão universitária, de atendimento à comunidade, e com a formação de profissionais atentos às práticas sustentáveis, como forma de atuar com responsabilidade social.

Não se pode deixar de mencionar, por fim, a importância de se promover uma reflexão crítica a respeito do discurso da responsabilidade social no âmbito do ensino superior. Esta crítica deve ser pautada em um paradigma de investigação social que tome por base a problematização do discurso da harmonia e do consenso, símbolo do funcionalismo, mas que ao mesmo tempo, respeite a diversidade inerente às instituições de ensino.

5 CONCLUSÃO

Este artigo buscou demonstrar a diversidade de conceitos de Responsabilidade Social, destacando os elementos comuns às inúmeras definições. Ressaltou-se que este discurso é pautado na ideia de conciliar uma atuação empresarial filantrópica à estratégia e aos objetivos gerais da empresa, promovendo uma ação continuada de desenvolvimento social. Este foi tratado como o “discurso oficial” das empresas.

Objetivou-se, igualmente, apresentar uma interpretação crítica ao tema da responsabilidade social empresarial, fundamentada no paradigma marxista, como contraponto ao discurso oficial. O discurso crítico sobre a responsabilidade social entende a empresa como um instrumento ideológico que visa mascarar o conflito de classes e permitir a reprodução das relações de produção. Nesse sentido, a responsabilidade social seria apenas uma representação estratégica que teria por finalidade melhorar a imagem da empresa e maximizar seus lucros.

Apresentou, ainda, o desenvolvimento histórico da responsabilidade social no âmbito das Instituições de Ensino Superior, bem como o significado peculiar que

esta categoria assume neste campo, o da educação. O discurso da responsabilidade social no âmbito das IES não pode ser compreendido da mesma maneira que aquele do qual se utilizam as empresas que atuam em outro setor.

A especificidade do “produto” oferecido pelas IES, um serviço público social, faz com que a atuação de uma instituição privada de ensino se distancie sensivelmente da atuação de uma empresa de qualquer outro ramo. As IES estão sujeitas à ingerência do Estado, que regulamenta e fiscaliza sua atuação na área da Educação.

Por isso, a responsabilidade social adquire novo significado, relacionando-se aos deveres das instituições de ensino superior de atribuir ao conhecimento científico uma função social, dever que perpassa pela interdisciplinaridade e pela prática da extensão universitária.

Por fim, ressaltou-se que a extensão universitária deve representar uma atividade integrada ao ensino e à pesquisa, já que constitui um dos três pilares da educação superior, juntamente com o ensino e a pesquisa.

Portanto, buscou-se estabelecer um ponto de partida para atividades futuras que busquem avaliar a implementação do discurso da responsabilidade social no âmbito das IES. É preciso problematizar o conceito e a prática na qual se pautam as instituições, avaliando-se se não se trata de uma mera estratégia de marketing, voltada a melhorar a imagem e o lucro das instituições de ensino superior.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA JÚNIOR, Fernando Frederico de. **A expansão do ensino de Direito: massificação que desqualifica ou democratização a serviço da prática da justiça no Brasil?** (Tese de Doutorado). São Carlos: UFSCar, 2006.

BELIZÁRIO, Fernando Branco. “A deontologia da responsabilidade social: uma proposta de interseção entre o funcionalismo e o marxismo”. *In: Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*. Vol. 4. São Paulo: Peirópolis: Instituto Ethos, 2005.

CALDERÓN, Adolfo Ignacio. “Responsabilidade social: desafios à gestão universitária.” *In: Revista Estudos*. Brasília: Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES), ano 23, nº 34, abril de 2005, p. 13-27.

CARVALHO, Gláucia Melasso Garcia de. “Responsabilidade social no ensino superior privado: alguns elementos para reflexão”. *In: Revista Estudos*. Brasília: Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES), ano 23, nº 34, abril de 2005, p. 55-58.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito Administrativo**. 23ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DUARTE, Cristiani de Oliveira Silva, TORRES, Juliana de Queiroz Ribeiro. “Responsabilidade social empresarial: dimensões históricas e conceituais”. *In: Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*. Vol. IV. São Paulo: Peirópolis: Instituto Ethos, 2005.

GADIOLI, Bruna Costa, *et al.* “Responsabilidade Social Empresarial: ‘Ética ou Estética?’”. *In: Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*. Vol. 5. São Paulo: Peirópolis: Instituto Ethos, 2006.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 02 de junho de 2012.

MACEDO, Antonio Roquete de. “O papel social da universidade”. *In: Revista Estudos*. Brasília: Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES), ano 23, nº 34, abril de 2005, p. 07-12.

REIS, Carlos Nelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social**. 1ª Ed., 3ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

TODOROV, João Cláudio. “O conceito de responsabilidade social nos estabelecimentos de ensino superior”. *In: Revista Estudos*. Brasília: Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES), ano 23, nº 34, abril de 2005, p. 41-46.