

RESPONSABILIDADE SOCIAL E O PAPEL DO PEDAGOGO

*Maria Sara de Lima Dias*¹
*Pedro Moreira da Silva Neto*²

RESUMO

A responsabilidade social tornou-se agente de transformações no meio, instaurando valores próprios de responsabilidade pessoal, correspondendo a abertura de novas frentes de trabalho e negócios. Oportuniza a manutenção do meio ambiente, das escalas de valores socioculturais, elimina a aculturação, a desvalia e o descaso de infra-estrutura. A pedagogia com o aumento da qualificação profissional possibilita uma valorização do sujeito trabalhador e co-responsabilidade entre empresa, comunidade e governo.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social; Pedagogia; Empresa; Qualificação Profissional, Cultura.

ABSTRACT

Social responsibility has become a transformation agent in the middle, introducing proper values of personal responsibility, corresponding to open up new areas of work and business. Favoring the maintenance of the environment, the scales of values by eliminating the cultural acculturation, worthlessness and neglect of infrastructure. The pedagogy of the increase of professional qualification, provides an appreciation of the subject worker and co-responsibility between business, community and government.

Key words: Social Responsibility; Educator; Company; Vocational Training; Culture.

INTRODUÇÃO

A Pedagogia atua em áreas diversas com ações múltiplas, onde os valores da ética se relacionam com a temática da responsabilidade social. Trata-se de tema emergente na contemporaneidade que introduz na empresa, sociedade e governos a necessidade de encontrar novos caminhos de atuação e ação sobre o meio ambiente.

Na prática profissional da pedagogia, a educação para o futuro e para uma atitude ética, revela a necessidade de uma reflexão sobre a responsabilidade social. Para as empresas sob forte competição para se manterem no mercado diante de novos processos produtivos nos quais se observa uma crescente

¹ Psicóloga. Doutora em Psicologia pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFSC, Mestre em Psicologia da Infância e da Juventude pela UFPR e especialista em Pedagogia Social pela Universidade Católica do Porto. É professora das Faculdades Santa Cruz e Universidade Tuiuti do Paraná. C-eletrônico: msaralldias@gmail.com.

² Professor das Faculdades Santa Cruz de Metodologia do Ensino da Arte, Ouvir e responsável pelo Setor Cultural da mesma instituição. É instrutor de artes da Fundação Cultural de Curitiba e mestrando em Políticas Públicas da Educação pela Universidade Tuiuti do Paraná. C-eletrônico: casaspedro@gmail.com.

destruição da natureza pelo homem, a pedagogia reclama uma atitude humana ética e responsável.

A ética definida como a reflexão dos valores e critérios que determinam a escolha de uma conduta correta, ou que se considera a melhor. É papel da ética profissional do pedagogo clarificar os valores que determinam e determinaram nas pessoas determinadas escolhas de comportamentos. Para além do objetivo de não prejudicar ninguém e não deixar que ninguém o prejudique e não se prejudicar. Assim promover uma escolha ética e responsável do sujeito na educação é promover o bem comum.

Pode-se perguntar se, no mundo dos negócios, é possível escolher condutas boas sem prejudicar ninguém, sem se prejudicar e sem deixar que o outro o prejudique?

A empresa (ou mesmo uma organização do terceiro setor) se relaciona com diferentes públicos (empregados, governo, comunidade, fornecedores, concorrência, acionistas) e suas ações podem beneficiar ou prejudicar esses públicos, inclusive indiretamente, por meio, por exemplo, de ações que afetam o meio-ambiente.

Para fundamentar a ética no mundo dos negócios (extensiva às organizações da sociedade civil), valemo-nos de um modelo de ética nos negócios, composto de três dimensões: a responsabilidade, a convicção e a virtude.

A dimensão da responsabilidade implica na noção de que toda ação da organização afeta pessoas ou grupos sociais, ou seja, os públicos com os quais se relaciona. A responsabilidade implica em prever os resultados das ações. No mundo dos negócios, um dos resultados que se espera das ações de uma organização é o lucro, ou, no caso das organizações de terceiro setor, o retorno financeiro para a manutenção e ampliação das suas atividades. Hoje em dia, essa finalidade econômica é compartilhada pela finalidade social (promoção de melhorias sociais para empregados e comunidade, principalmente) e pela finalidade ambiental (preservação do meio-ambiente e respeito às futuras gerações). A dimensão da responsabilidade reúne o tripé econômico-social-ambiental da sustentabilidade, não só da organização, mas do mundo em que vivemos.

Diante deste quadro torna-se cada vez mais urgente o papel das empresas em dar resposta aos problemas sociais reclamados que direta e indiretamente se relacionam com as questões da sustentabilidade. Neste contexto, o pedagogo que participa tem todas as possíveis instituições de trabalho. Ele deve ter um papel atuante, ativo e participativo na responsabilidade social. Implica em desenvolver uma visão de mundo e de homem que seja capaz de transformar os obstáculos em oportunidades para a construção de um mundo melhor e para a manutenção da vida no planeta. Portanto, a reflexão sobre o tema da responsabilidade social deve fazer parte dos currículos na formação de pedagogos. Tal formação acredita-se é capaz de proporcionar uma visão crítica da realidade e um comprometimento ético e profissional com os processos de mudança e desenvolvimento social.

Este artigo construído a partir de uma reflexão sobre a temática na contemporaneidade desenvolvida a partir deste olhar híbrido de ações e se revelam pertinentes ao momento atual. A natureza exploratória deste trabalho pretende auxiliar aos estudiosos no assunto em se refletir sobre as questões da formação profissional dos pedagogos e de seu papel como agentes promotores da transformação histórico-social dos homens.

As inúmeras transformações de ordem econômica, política, social e cultural se processam na contemporaneidade, surgem novos modelos de relações entre instituições e mercados, organizações e sociedade. Neste âmbito a aproximação dos interesses das organizações e os da sociedade, resultando em esforços múltiplos para o atendimento de objetivos compartilhados. Assim as preocupações com o desenvolvimento humano e social atingem não só os processos educacionais, mas todas as relações sociais.

Etimologicamente a palavra responsabilidade deriva do latim *respondere*, responder. Responsabilidade é um termo múltiplo de sentidos utilizado no sentido latino de se haver “*res*” – coisa; ponde – ponderar; “*bilidade*” – de suportar as dificuldades com qualidade, habilidade. Assim podemos converter o sentido de responsabilidade aquele que possui os meios, a coisa, a pôr (ponde) em ação no meio em dada medida, suportando todas as dificuldades nascentes desta ação com qualidade objetiva de vir a conquistar resultados positivos. Assumir as ações categoricamente sem temer as consequências advindas do ato. Para se ter responsabilidade está incluso a ação de se pôr em risco, de apostar, concorrer, acreditar em resultados positivos.

Segundo o dicionário Houaiss, responsabilidade é um substantivo feminino que significa “a obrigação de responder pelas ações próprias ou dos outros”, “caráter ou estado do que é responsável”. Social é por sua vez concernente à sociedade, relativo ou pertencente a uma sociedade ou a um conjunto de cidadãos, uma comunidade. Assim considerando que as sociedades são organizadas, com sistemas de normas de que permite a vida em convivência e comunhão, a responsabilidade social assume diferentes significações, que são sempre contextuais, mas que se apresentam a cada um dos seres sociais. Tais relações são percebidas como ligadas à área do dever e da obrigação, os hábitos e costumes sociais por sua vez remete ao campo da ética.

A responsabilidade social é um conceito, segundo o qual, as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo.

Com base nesse pressuposto, a gestão das empresas não pode, e/ou não deve ser norteada apenas para o cumprimento de interesses dos proprietários das mesmas, mas também pelos de outros detentores de interesses como, por exemplo, os trabalhadores, as comunidades locais, os clientes, os fornecedores, as autoridades públicas, os concorrentes e a sociedade em geral.

Existe uma ética das empresas em relação, sobretudo, ao meio social em que ela atua, como por exemplo, a comunidade imediata, os consumidores e o ambiente político. Nesse sentido, as empresas responsáveis socialmente devem integrar-se à comunidade procurando contribuir, seja oferecendo ou patrocinando serviços. Entre estes o oferecimento do espaço da empresa para realização de atividades educacionais, de lazer ou culturais para a comunidade, ou o seu envolvimento em projetos sociais.

A promoção da educação como área do saber comprometida com a ética da formação do profissional, necessidade deve promover um olhar sobre a realidade social que insere o pedagogo em seu fazer diário enquanto cidadão participativo, e enquanto mentor de projetos sociais transformadores.

A educação define-se como uma prática antropológica de caráter intencional, correspondendo sempre a uma intervenção deliberada no processo de desenvolvimento humano. Esta prática educativa visa efetivar modificações de comportamento, como preconiza a pedagogia social, aprender (na) e com a vida (AZEVEDO, 2007) é fundamental que o homem tenha interesse em aprender e apreender os valores necessários para a desejada melhoria das condições de vida no planeta.

Para que a experiência educacional seja valorizada, é de grande importância que os conhecimentos teóricos ou práticos adquiridos possam ser vividos e compartilhados pelos sujeitos que aprendem. É na articulação de saberes que a educação pode resgatar seu valor, para além da produção de diplomas e de certificados.

1 A FORMAÇÃO DO PROFESSOR PARA A RESPONSABILIDADE SOCIAL

A formação clássica do professor, ao privilegiar uma concepção estática do processo de ensino-aprendizagem, trouxe como corolário a existência de uma metodologia de ensino “universal”, que seria comum a todas as épocas e a todas as sociedades.

O pedagogo produz uma forma de ação no meio de ações ainda não de todo determinadas, e a Responsabilidade Social necessita deste aporte pedagógico que se constrói a partir de um olhar diferencial em relação a outros. A empresa é, portanto, o lugar onde o agente primordial é o pedagogo que desenvolve suas ações e faz a ponte entre os meios éticos do empreendimento com a sociedade. Compreendemos que a empresa deseja lucro, corresponder a metas de sua finalidade inicial, no entanto, a atividade empresarial se estabelece numa sociedade multifacetada que necessita de resposta social à atividade.

A empresa deixa de ser vista na contemporaneidade somente como instituição que gera lucro. Ela também está partícipe da realidade de seu entorno. O que ocorreu na mudança desse paradigma é que a empresa gera serviços, movimento empreendedor que não se estanca no produto final de negócios. A existência da empresa é o sujeito em sua realidade sociocultural.

Considera-se que efetivamente o sujeito envolvido em projetos de Responsabilidade Social se dá conta do que melhor pode fazer, o que realmente mais pode desempenhar para a solução de problemas sociais, gerando diretamente o aumento da motivação, percepção do negócio, abrangência do marketing social, e a criação de resultados em negócios. Portanto, a formação clássica do pedagogo deve ser aproximada a uma ação efetiva do meio social em que a conexão empresa é sociedade se apresentam integrados. É fundamental que o pedagogo tenha ampla formação pertinente à uma sociedade que reclama por soluções para os seus problemas estruturais.

Responsabilidade Social é termo da contemporaneidade se estabelece com as instituições e empresas uma relação norteadora de suas ações presentes futuras que determinam a continuidade do negócio.

Os pedagogos que tinham um campo de trabalho reduzido aos espaços da escola e saúde (hospitais) tiveram com o desenvolvimento das novas tecnologias os meios para que suas ações se tornassem ampliadas, entre tantas surgiu nas organizações e instituições tanto públicas como privadas um novo papel ao profissional da educação: Gestão de Pessoas, Gestão Pública, Educação Social e a mediação dos processos educacionais, promotor dos processos de Responsabilidade Social entre outras possibilidades técnico profissionais.

A visão antiga de uma Assistência Social embotada no filantropismo foi substituída por um novo paradigma da ação contingente da empresa responsável em busca de qualidade nos negócios. Se antes havia uma assistência social, hoje existe uma atividade de ação responsável com um caráter sócio educativo no sentido de auxiliar à comunidade.

A empresa conquistou novos saberes com a presença do profissional em educação. O pedagogo facilitou a compreensão da ação responsável interagindo com a comunidade.

2 A OUVIDORIA DIANTE DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Um dos pontos referenciais a esses novos paradigmas é o surgimento na empresa responsável do papel do Ouvidor. Nesse sentido, através de uma avaliação institucionalizada se avaliou as necessidade e urgências das ações que levaram a empresa a se reabilitar na comunidade e participar com efetividade construindo, portanto, o seu perfil, a sua missão e os valores inerentes de sua atividade alinhados com a modernidade.

A percepção do outro, daquele que o espelhamento identitário confirma a existência do

sujeito/observador, a sua presença refletida. O desenvolvimento de programas que atualizam com novos modos as ações de negócio faz com que esse entendimento de percepção do outro se determine como fonte e resposta ao próprio negócio. A identidade social da empresa é uma atualização dos sujeitos que a realizam.

A busca da identidade é a busca incessante de deter ou tornar mais lento o fluxo, de solidificar o fluido, de dar forma ao disforme. Lutamos para negar, ou pelo menos enconbrir, a terrível fluidez logo abaixo do fino envoltório da forma; tentamos desviar os olhos de vistas que eles não podem penetrar ou absorver. Mas as identidades, que não tornam o fluxo mais lento e muito menos o detêm, são mais parecidas com crostas que vez por outra endurecem sobre a lava vulcânica e que se fundem e dissolvem novamente antes de ter tempo de esfriar e fixar-se. (BAUMAN, p. 97, 2001)

Os instrumentos que levaram a se considerar esses novos paradigmas na modernidade vieram através do treinamento, consultorias, mudanças de gestão de RH para gestão de pessoas e uma oferta de atividades suplementares que tornam possível se diagnosticar o perfil da empresa, sua possibilidade de continuidade, suas garantias em relação à comunidade e ao sujeito trabalhador.

A gestão em negócios e a geração de novos negócios vem de encontro às necessidade da comunidade onde a empresa atua. As dificuldades ou acertos localizados ocupam espaços maiores de ação e promovem uma demanda de responsabilidades confiáveis, competências comprovadas, e desejo de acrescentar conhecimentos aos novos paradigmas instituídos.

A empresa focada no negócio, inflexível, em busca de resultado imediato e em curto prazo não se sustém no mercado, a perspectiva de que o sujeito é mais que um especialista determinado demonstrado no *toyotismo* promoveu uma busca das ações criativas, múltiplas do sujeito trabalhador. A continuidade desse pensamento insere o lugar para aonde se dirige o sujeito que faz o desenvolvimento do negócio, dessa forma a ação pedagógica de uma Responsabilidade Social atinge a vida dos que vivem a seu entorno, o caminho dos que vão para casa, e dos que vem em busca de trabalho.

Assim, podemos notar que a qualificação profissional do pedagogo está inserido nesse contexto de modernidade e da ampla visão de uma Responsabilidade Social atuante que se dirige à uma ação ética de qualificação profissional e modos de vida.

“Mudar a cultura organizacional constitui um processo complexo que os dirigentes subestimam. Quanto mais consistente for a cultura, mais difícil será a sua mudança em relação oposta a seus valores, uma vez que ela funciona como anteparo que afasta a organização de tais inovações.” (Zanelli e Silva, 2007, p. 439)

Diferente da filantropia que vai direto ao sujeito em dificuldade, a Responsabilidade Social tem ação complexa e multifacetada. Faz entender que a oportunidade de crescimento pessoal está diretamente ligada ao network da ação do sujeito no espaço do conhecimento. A partir de um olhar não-filantropico, de ação imediata sobre a dificuldade por tempo determinado, a empresa contemporânea aposta na ideia de que todos podem ser empreendedores.

Há espaço suficiente para todos no ambiente onde o sujeito é primordial. Aquele que é detentor dos direitos de conquistar o seu desenvolvimento. Uma sociedade enriquecida de pessoas e não de coisas, estabelece uma dinâmica entre empreendedorismo e ações socioculturais sendo que a durabilidade de ação ética não se contrafaz em relação ao objeto.

Essa compreensão de interdependência entre uma companhia empreendedora e o sujeito em busca de inserção se aproxima das políticas públicas onde o maior tamanho das ações de governo em relação ao cidadão se dinamiza pela Responsabilidade Social da empresa.

Quando a Responsabilidade Social Empresarial tornou-se um setor diretamente ligado com a Direção das organizações, aumentou os meios facilitadores para que a comunidade se integrasse como parceira da atividade empreendedora, o que diminui a tensão cultural de que o empreendedor seria

apenas alguém interessado em ganhos. Com a atividade múltipla da Responsabilidade Social Empresarial pode-se incrementar parcerias e fazer compreender que todos estamos inseridos num sistema cujo resultado seria o melhor viver, e que o tempo disponível para isso se dá através do trabalho e das inovações sociais.

O Setor de Responsabilidade Social Empresarial ganhou um novo meio de ajuste dos valores presentes no meio social, diretamente na comunidade oferecendo mecanismos de avaliação dos potenciais presentes no meio. Cursos de administração familiar, atividades integrativas comunidade-empresa, oferecimento de novos postos de trabalho, estágios, ações culturais, oficinas artísticas, apoio terapêutico, investimento em espaços alternativos para a valorização da pessoa, palestras localizadas a respeito de saúde, emprego, trabalho, desenvolvimento do empreendedor, meio ambiente, etc., vieram a ampliar o leque de ações do empreendedor que a baixo custo promoveu o crescimento de capacitações profissionais em vários níveis, etc.

São posturas que se comprometem com o desenvolvimento da pessoa no meio social, em sua comunidade, fomentando a ordem legal, ética, de valores socioculturais que são diferenciais que podem gerir o empreendimento no tempo com sustentabilidade a longo prazo tornando-se um diferencial competitivo com inovadas ações de negócios. A empresa se ajusta na contemporaneidade à diversidade sociocultural ao mesmo tempo em que se torna flexível devido aos novos espaços de investimento em negócios em que ela mesma torna-se parceira.

É nevrálgico notar-se que o empreendedor assume a postura de responsabilidade frente ao sujeito ainda não constituído de todos os enlaces que o façam cidadão. Para caminhar melhor em direção a esta postulação, deve-se perceber que a cidadania insere o sujeito como partícipe de um Estado de direito, o que faz pensar que a particularidade emerge da ordem civil. Manifesta em direito e deveres, na ação que os valores de uma responsabilidade pessoal, se faz participar de um amplo código de inter-relações. O cidadão é o sujeito inserido nos processos do conhecimento, é ele quem paga as imposições legais e se realiza no trabalho e na manifestação cultural. Isso quer dizer que o empreendedor integrado à comunidade onde se instala prepara o sujeito a tornar-se cidadão de plenos direitos civis.

Compreende-se, portanto, o movimento gerador desta qualidade pessoal que investido de valores correspondente à responsabilidade pessoal, promove a cidadania e realiza do cidadão, aquele que conhece os direitos e deveres e atua no meio onde vive.

O salto qualitativo de empresas de grande porte, multinacionais e transnacionais com filiais em inúmeros países, houve a necessidade proteção local para não se correr o risco de aculturação e se ficar obrigado a investidores externos com diferenciais imprevisíveis. Foi criado um programa governamental em todos os países receptores de empreendimentos com o PCN – Programa de Contato Nacional que visa mediar as ações empreendedoras em relação à comunidade, sindicato e ONGS aferindo as regulamentações internacionais da OCDE - Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico.

A organização empresarial teve de se adequar às regulamentações e conseqüentemente a compreender a sua função sócio-econômica participando das regulamentações e de diretrizes desenvolvimentistas que respeitem as características socioculturais locais. A Social Accountability 8000, a Norma SA 8000 surgiu para diminuir a tensão impactante das atividades empreendedoras no seio dos espaços culturais as qualificando como socialmente responsáveis. Surgiu nos finais dos anos noventa por uma ONG americana SAI Social Accountability International, que desenvolve e supervisiona. A ONG é associada ao CEP - Council on Economic Priorities dos EUA.

A Responsabilidade Social Empresarial (RES) converge as ações empreendedoras em direto à comunidade. Não são mais ações de governo tão somente que hão de promover o cidadão e sua importância no meio social, oferecendo condições de crescimento social e de responsabilidade pessoal.

Uma gama de atividades que inserem o sujeito na demanda competência, responsabilidade

confiável, afetividade como potência para o desenvolvimento de novos conhecimentos é o que a empresa familiar descobriu no início das inter-relações com a comunidade. Foi aos poucos deixando a filantropia para cavar no meio a assertiva da qualificação profissional. Os processos que a levaram aí foram: em primeira instância a responsabilidade confiável só se dá no exercício expansivo do sujeito na organização, sabendo um tanto de tudo o que ocorre e ocupando cargos, ou se aventurando em atividades internas especializadas. Neste sentido o sujeito é um generalista de processos de gestão e ao mesmo tempo especializado na atividade principal de sua posição profissional. A flexibilização de cargos e salários foi o ingrediente encontrado para se oportunizar a todos.

Instalações empreendedoras em vários cantos do mundo contemporâneo provocaram revoluções desenvolvimentistas, inserindo a empresa no contexto local, interagindo com as realizações socioculturais presentes no meio social. Ao invés da aculturação, exigência de uma cultura e valores trazidos pelos empreendedores em espaços dissociados eliminando a local, a inter-relação foi a condição da manutenção empreendedora, o diálogo, a conformação técnica com o conhecimento dos valores socioculturais presentes nesses ambientes.

Portanto, a Responsabilidade Social começa interiormente, no âmago do empreendimento fazendo com que gere competências, responsabilidades confiáveis, ocupando-se do fazer bem feito e com gosto, ou seja, a afetividade potencializada que suprimiria dificuldades, e isso levado a todos os funcionários o que angariou resultados inesperados em negócios. É, portanto, no seu interior que se dão os meios interativos sejam com acionistas, funcionários, fornecedores, clientes, governo, concorrentes, meio ambiente e comunidade. A questão de nível não é achatada, menosprezada, todos possuiriam as mesmas condições para o crescimento do empreendimento mediante a valorização de seus aspectos humanos buscando interagir com o meio ambiente, e junto à comunidade.

Empresas profissionais, ocupadas no lucro perdem a oportunidade geratriz de ações em negócios por tempo mais amplo no primeiro momento, em seguida descobre que a parceria, o diálogo é um filão para a atualização da empresa com segurança.

O empreendedor deseja se manter no mercado por maior tempo possível ocupando-se o melhor que possa daquilo que realiza. São vias interligadas, a ação que vai ao consumidor é a mesma que o apresenta. Sabendo disso, as organizações descobriram que melhor meios oferecidos à comunidade, a grupos sociais, a atividades externas, mais rápido o mercado reage para a manutenção das atividades promotoras de negócios e mais resultados recebe, respostas do cliente, dos potenciais clientes e dos que se fizerem empreender por si mesmos.

Com o crescimento múltiplo e complexo das ações da Responsabilidade Social, deu-se conta que o consumer não é apenas alguém que compra, mas alguém que necessita de algo para somar às suas expectativas. Serviços, negócios, bens não são apenas suportes econômicos, neles está integrado atos de fomentação de mercado em sentido amplo, que além de gerar ganhos positivos, resultados, promovem o crescimento comunitário. A responsabilidade social incrementou a empresa e a fez mais competitiva. Findou a filantropia e instituiu o crescimento profissional e com ele o desenvolvimento comunitário, o que a fez produzir mais ações e conquistar resultados positivos em escala mais ampla. A responsabilidade social tornou-se ação de negócios, e foi nomeada SER – Responsabilidade Social Empresarial.

Foi através da Responsabilidade Social Empresarial que os parques industriais estabeleceram novas metas em direto à produção, como os tigres asiáticos que promoveram os meios facilitadores para o crescimento pessoal de seus consumidores de bens, negócios e serviços integrando-se à comunidade. Tornou-se prática que atividades familiares, como por exemplo, pinturas de placas eletrônicas são feitas por simples senhoras da comunidade onde atuam, em horários diversos. Esse procedimento foi evidentemente lento, e ocupou de estratégias que se estabilizassem no meio cultural local. As melhorias em serviços de urgência como educação, saúde e cidadania promoveram a infraestrutura necessária e o desenvolvimento comunitário, melhorando a integração, a valorização da cultura local com o diálogo e realização profissional.

Compreende-se que a profissão do pedagogo se amplia junto a outras atividades. É um ofício que elabora e se estrutura no corte da matéria e nos ajustes que projetam nos planos e atitudes.

“Os ofícios que cortam, que talham, não dão uma instrução bastante íntima sobre a matéria. A projeção permanece externa, geométrica. A matéria não pode sequer desempenhar o papel de suporte dos atos. Ela é apenas o resíduo dos atos, o que o corte não suprimiu. O escultor diante de um bloco de mármore é um servidor escrupuloso da causa formal.”(BACHELARD, p.113, 1998)

Nesse sentido, também podemos dizer que o pedagogo que não atuar com cautela, buscando maior entendimento sobre o bloco de acontecimentos, não havendo um aprofundamento sobre a matéria não poderá realizar o seu ofício pra constituir a ação de uma Responsabilidade Social.

O meio cultural em que a organização atinge os seus objetivos de negócio é ao mesmo tempo meio efetivo e de capacitação, relacionado com bens intrínsecos à pessoa que é potencialmente, portanto, geradora de novos conhecimentos. E é devido a essa condição do diverso que o pedagogo empresarial deve substantivar as suas ações. Uma dos critérios é a flexibilidade do olhar, capaz de ser específico ao mesmo tempo em que genérico.

As ações fogem em muito das atividades filantrópicas e atingem seu ápice quando se integra à comunidade e potencialmente gera novos processos em negócios, bens e serviços. O meio cultural torna-se parceiro do empreendedor.

A correlação que realizamos mostra a importância dos pólos internos de mediação como a Ouvidoria, que promoveu o nascimento do SAC- Serviço de Atendimento ao Consumidor; FAQ - Frequently Asked Questions e que deu novos formatos a Protocolos em organizações, também compreendidos como filtros para a abordagem e soluções de problemas. Devido a constante de interesses em Ouvidoria, as relações cliente-organização se deram no âmbito da colaboração, como uma consultoria feita diariamente.

O que se pode mudar o que daria melhor suporte ao crescimento em atendimento, atuação externa e interna. Diferentemente do que se possa pensar a Responsabilidade Social Empresarial veio com uma carga renovadora, ampliou as ações destes filtros oferecendo espaço para atividades pertinentes ao trabalho. Envio de currículo aos RH através de portais nos sites das organizações, apresentações culturais da comunidade no seio da empresa, acesso à comunidade a espaços setorizados para o treinamento e capacitação profissionais são melhorias no atendimento que facilitaram a inclusão social.

O desenvolvimento da pessoa esclarece que se vive num ambiente onde “Uma sociedade firmemente estabelecida e confiante não precisa perseguir hereges” (RUSSEL, 157, 2001). Termos tais como cidadania, empreendedorismo, responsabilidade pessoal tornaram-se promotores de novas frentes de trabalho. Isso quer dizer que possui uma realidade motivada pela vontade em que possa aplicá-la.

Atitudes transparentes fazem do empreendedorismo um mecanismo de ascensão social mediado pelas rápidas mudanças no investimento numa perspectiva de valoração da gestão empresarial derramada na comunidade que se faz promotora de transformações, de atitudes negativas a positivas. A gestão empresarial se realiza na qualidade integrada das relações socioculturais. Portanto, a Responsabilidade Social tem uma presença cotidiana no desenvolvimento das ações de negócio porque estabelece junto ao seu pedagogo empresarial os caminhos de integração dos negócios com a realidade equidistante sustentada por um mercado em alta performance.

A qualidade de vida não é mais o resultado das ações empreendidas, e sim a descoberta do sujeito, através da Responsabilidade Social para uma vida de qualidade. Ele se torna conhecedor de seus aspectos pessoais e dinamiza no meio em que vive essa descoberta.

Podemos dizer que a realidade real é uma imaginação vívida, tomada de uma verdadeira

potencialidade de vir a ser sempre reflexiva. Se a RS promoveu um novo caminho ao desenvolvimento empresarial é porque devido ao fortalecimento de uma ética empresarial se estabeleceu um código não mais interno.

A tomada de atitude para uma realidade externa fez emergir um sentido empresarial que se amplia pela melhoria dos meios sociais. O outro, o estranho ao mundo interno surge inopinadamente. É como que se apresentasse “(...) Uma consciência tranquila é, para mim, por insuficientes que sejam as obras, uma consciência *ocupada* _____ nunca vazia _____, a consciência de um homem que permanece no trabalho até o último suspiro.” (BACHELARD, p. 52, 1996)

Os critérios da RSE promovem a organização tornando-se conhecida através de sua atitude social, ocupando uma imagem de empresa socialmente responsável. O diálogo possível entre empreendedores e comunidade favoreceu o crescimento do mercado, aumentando ações melhorias na comunidade e em justaposição as de negócios.

Devido a RSE, a missão do empreendimento pode ser ampliado, modificado porque tornaram-se agentes de mudança social, e suas relações com os benefícios pelo impacto causado. E é através do comportamento empresarial na contemporaneidade que as ações governamentais tiveram de se ajustar aos novos padrões de melhorias sociais, buscando oferecer condições mais adiantadas à ordem civil. O Estado teve que se reestruturar, terceirizando em boa parte as atividades que se considerava apenas de sua alçada.

A aposta foi dobrada com a entrada definitiva no âmbito das questões sociais com o empreendedor contemporâneo. Ele conquista novas frentes de investimento atuando como parceiro da comunidade onde está inserido.

“A ideia é de que os consumidores passam a valorizar comportamentos nesse sentido e a preferir produtos de empresas identificadas como socialmente responsáveis. As empresas socialmente responsáveis são aqueles que buscam o diferencial, um exemplo é a empresa Kanneberg, Barker, Hail & Cotton Tabacos Ltda. (KBH&C), que atua de forma coerente, com profissionais qualificados na área e possui a certificação da Norma SA 8000. Gostaria que outras empresas também visualizassem, este novo cenário social que se apresenta no mundo moderno. Aquelas que não acompanharem a contemporaneidade infelizmente terão seus dias contados.” (RASQUINHA, 2010)

O desenvolvimento tecnológico, educação em todos os níveis, maior participação da comunidade em assuntos que antes eram de governo através de Organizações Não-governamentais inseriram nesse contexto uma múltipla gama de entendimento para a fomentação do desenvolvimento integral do sujeito inserido no sistema econômico. Tecnologia, facilidades para a comunicação, negócios, qualificação profissional competitiva, acesso a educação com novos parâmetros para pesquisa e estudos, grupos instituídos sem fins lucrativos em busca de aprimoramento em várias áreas do conhecimento são fatores que potencializaram o crescimento das RSEs.

Nesta constante de transparência, as organizações difundiram a sua Missão correspondendo a seus valores intrínsecos em relação à comunidade onde está inserida promovendo o diferencial competitivo. É melhor negociar com quem é empresa socialmente responsável. A nossa epígrafe pode nos encaminhar a um raciocínio cuja metáfora pode se estender a um sentido: como promover os homens livres com sua liberdade?

A empresa socialmente responsável não é doadora, filantrópica, ao contrário instiga, mobiliza, dialoga com a comunidade onde se instala, promove a pessoa, abre campos de trabalho, integra-se e ocupa-se da mão-de-obra que ela mesma treina de acordo com o seu desenvolvimento. Atende às suas necessidades empreendedoras em constante troca com as expectativas sociais.

CONCLUSÃO

Pretendeu-se desenvolver uma análise sobre os valores educacionais, a efetividade profissional do pedagogo no âmago da empresa contemporânea. A necessidade e importância da empresa contemporânea e a ação da Responsabilidade Social. A formação clássica teórica do professor deve ser substituída e complementada por um saber/fazer de forma ampla para que as ações sejam participativas/ativas e assim, possa ocupar o mercado do trabalho com metodologia própria.

Não é mais possível que o empresário retorne a realização filantrópica, as suas ações são emergentes nos espaços socioculturais, o empreendedor de sucesso na contemporaneidade não está mais atrelado a realizar favores e sim a investir no desenvolvimento auto-sustentado em busca de resultado no negócio e para a comunidade na qual está inserido.

A visibilidade da empresa tem agora um selo de qualidade AS 8000. A RES – Responsabilidade Social Empresarial realiza a política de valoração do sujeito e estabelece programas de ações empresariais no seio da comunidade. Quem tiver o selo AS 8000 comprova a sua afinidade com a diversidade local e compreende o lucro com o desenvolvimento auto-sustentado e procura que todos os setores da sociedade possam participar para os melhores e dignos meios para o crescimento pessoal e do trabalho.

As empresas socialmente responsáveis estão em pleno desenvolvimento de metas a futuro em busca de realizar a integração com a comunidade com programas incentivadores da responsabilidade social. Empresas socialmente responsáveis são as que buscam este diferencial, trabalho seguro e agradável; ética entre parceiros na comunidade, colaboradores e investidores com transparência e isto só é possível com a participação direta ou indireta do pedagogo.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, J. **Aprendizagem ao longo da vida e regulação sociocomunitária da educação**. Em Cadernos de pedagogia social. Porto: Editora da UCP, p. 8-40, 2007.
- BACHELARD, Gaston. **Poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- _____. **A poética do devaneio**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- _____. **A água e os sonhos**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- _____. **A terra e os devaneios da vontade**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- _____. **A dialética da duração**. São Paulo: Editora Ática, 1988.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Jorge Zahar, 2001.
- BENJAMIM, Walter. **Obras escolhidas III - magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BERMAN, Marshal. **Tudo que é sólido desmancha no ar**. A aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.
- COULANGES, Fustel. **A cidade antiga**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999.
- FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

ZANELLI e SILVA. Cultura Organizacional in **Psicologia, organizações e trabalho no Brasil**. Artmed, p. 405 a 442, 2007.

SITE CONSULTADO: <http://www.habitatbrasil.org.br/biblioteca/artigos-e-pesquisas/mas-o-que-e-responsabilidade-social/>

