

Centro Universitário Salesiano de São Paulo - UNISAL

Unidade Americana

**ANAIS DA  
I MOSTRA DE  
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

de 25 a 29 de outubro de 2004

Câmpus Maria Auxiliadora

**Comunidade Acadêmica, Comunidade Empresarial,  
Órgãos Governamentais, ONG's,  
Pessoas de boa vontade,  
todos juntos em busca do Bem Comum!**

**RESUMOS DOS TRABALHOS**

Americana, 2004

BISCALCHIN  EDITOR

**UNISAL**  
CENTRO UNIVERSITÁRIO SALESIANO DE SÃO PAULO

## **REALIZAÇÃO**

Centro Universitário Salesiano de São Paulo - Unidade Americana

## **REITOR**

Pe. Gilberto Luiz Pierobon

## **DIRETOR ACADÊMICO**

Carlos Augusto Moreira

## **COORDENADOR DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

Flavio César Rossi

## **COORDENAÇÃO DA I MOSTRA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Flavio César Rossi

Fabio Camilo Biscalchin

Cássio Donizete Marques

Nancy Tereza Horchut

Leonice Zebiani

Elza Almeida Souza

## **PROJETO GRÁFICO:**

Gilmar Sevenil Gumier

## **ILUSTRAÇÕES:**

Marcos José Verzignasse

magui.cartoon@bol.com.br

## **REVISÃO**

Cássio Donizete Marques

Kety Cristina Boralli Biscalchin

Nancy Tereza Horchut

Regina Aparecida Penachione

Esta obra foi impressa no ano de 2004 na Gráfica Shekinah, em papel Image Art 240g/m<sup>2</sup> (capa) e Masterset 75g/m<sup>2</sup> (miolo), doado pela Ripasa S/A Celulose e Papel.

Todos os papéis da Ripasa são produzidos em harmonia com o meio ambiente.

Tiragem: 1.000 exemplares

Copyright © 2004, Centro UNISAL. Todos os direitos reservados.

A reprodução não-autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação de direitos autorais. (Lei 9.610/98)

# ÍNDICE

<b>Abertura</b> .....	11
<b>Provocação</b> .....	13
<i>Fabio Camilo Biscalcbin</i>	
<b>Tema: Discussão Teórico-Crítica da Responsabilidade Social</b>	
Os Temas Mais Abordados em Responsabilidade Social .....	16
<i>André Aparecido Freschi, Mônica Andretta, Pabulo Mantovani</i>	
O Comércio da Responsabilidade Social .....	16
<i>Rui Flavio Campana, Swelen Fernanda Boer</i>	
A Responsabilidade Social e o Cotidiano das Pessoas .....	16
<i>Ariovaldo Lopes de Carvalho, Fábio Rodrigues de Oliveira, Paulo César Marques</i>	
O Ser Socialmente Responsável .....	16
<i>Flávia Helena DalBelo, Giovana Kelly Tonim Mira</i>	
O Lucro da Responsabilidade Social .....	17
<i>Eliane Alessandra Alves, Ricardo Monteiro Mazetto, Rogério Nagib Aparecido Ferraz da Silva</i>	
<b>Tema: Responsabilidade Social e os Portadores de Necessidades Especiais</b>	
A Inclusão das Pessoas com Deficiência no Mercado de Trabalho .....	17
<i>Alceu de Moraes Júnior, Cathiane Ap. Mariano, Itor Cesar da Silva Simões</i>	
Dura Caminhada: A Inserção do Portador de Necessidades Especiais no Mercado de Trabalho .....	18
<i>Cassiana Bícudo Sampaio, Priscila Cardoso Costa</i>	
A Inclusão das Pessoas Portadoras de Deficiência nas Empresas e sua Repercussão na Sociedade .....	18
<i>Luciana Silva Costa de Abreu, Maria Aparecida Ribeiro</i>	
<b>Tema: Responsabilidade Social com o Meio Ambiente: Água</b>	
Escassez e Desperdício de Água .....	18
<i>Érica Patrícia Corrêa Leitão, Helena Culen Pyles</i>	

A Importância da Água ..... 19  
*Angélica Maíra Rodrigues Faccioli, Viviane Aparecida da Silva*

Reciclagem da Água na Linha de Produção: "Uso da Água na Pintura dos Carros" ..... 19  
*Cássia Cristina Gazoli, Elaine Cristina da Silva, Jerônimo Carlos de Freitas*

Responsabilidade Social e a Degradação Ambiental: O que fazer  
para preservar o Meio Ambiente? ..... 19  
*Ana Paula Lopes Gomes, Francieli Cristina Dal'Belo, Patrícia Tonus Marinbo*

### **Tema: Responsabilidade Social e o Terceiro Setor**

A Pastoral da Criança e o Combate à desnutrição e a Mortalidade Infantil  
na cidade de Americana/SP ..... 20  
*Rodrigo Mazucato*

Abuso Sexual Doméstico ..... 20  
*Altemar Luis Trevisan, Eliane Sofia Canova Trevisan, Selma Patrícia dos Santos Rocha*

Campanha da Fraternidade: 'Água, Fonte De Vida' ..... 21  
*Autores: Jéssica Molina Simão, Mônica de Paulo, Rodrigo Duzzi*

### **Tema: Responsabilidade Social e Educação**

A Educação Atuando Para O Bem Estar Social ..... 21  
*Leandro Setra de Oliveira, Norberto Theófilo Casagrande, Samuel Saulo de Souza Olivo*

Projeto Formare: Capacitando Talentos ..... 21  
*Damaris Alfredo Silva, Elenilde Joaquim Santos, Rosângela M. Xavier Zanellato*

Ações Voluntárias na Educação ..... 22  
*Adriana Pereira do Prado, Juliana Costa, Vanessa Pasqualino*

Instituto Unibanco - Educação Ambiental ..... 22  
*Adenilson Magonari, Fábio Adriano dos Santos, Leonardo Leão Alves Corrêa*

Voluntariado: Projeto BB Educar ..... 22  
*Daniela Rodrigues, Érika Lizandra Moura, Roseli Moraes Gênova*

### **Tema: Discussão Teórico-Crítica da Responsabilidade Social**

Repensando as Bases da Responsabilidade Social Corporativa ..... 24  
*Cleber Renato de Freitas, Eduardo Alves Martins*

Responsabilidade Social: Empresa Cidadã ..... 24  
*Cristina Aparecida Sereia, Dorival Bonardi, Maria de Fátima Bueno*

Responsabilidade Social na White Martins: Aspectos Motivacionais ..... 24  
*Fernando Aparecido Almeida, Marcelo Terradas, Márcio Bernardes da Costa*

A Ética e a Cidadania em Algumas Organizações Brasileiras  
e as Diretrizes da SA8000 ..... 24  
*Ilton Mendes de Oliveira, Jussara Maria Foster*

A Relação Ética da Empresa com seus Concorrentes ..... 25  
*Juliano Caetano da Silva, Mauricio Ono Morgado, Sander Gomes*

### **Tema: Responsabilidade Social e o Governo (Fome Zero)**

Responsabilidade Social: As Empresas, a Sociedade e o Programa Fome Zero.  
"E o Ser Humano onde está?" ..... 25  
*Lilian Helaine Gasparoti*

Como as Empresas podem participar no Combate contra a Fome ..... 25  
*Carla Fabiana Barboza, Flávia Renata Forti, Luciana Gatti*

Ações Sociais contra Desperdício de Alimentos ..... 26  
*Glícia Biffi Costa, Marisa Tomaiolo, Priscilla Munise de Faria Costa*

Programa Petrobrás Fome Zero ..... 26  
*Elaine Aparecida Cleodolpbo, Juliana Queiroz Ribeiro, Thalita Barreto*

### **Tema: Responsabilidade Social e Reciclagem**

Importância da Conscientização dos Funcionários em relação à Reciclagem do  
Papel e ao Não Desperdício ..... 26  
*Késia Ishida Mariano*

Coleta Seletiva ..... 26  
*Alessandro Enrique Garbelini, Cynthia Kelly Pellogia, Gabriela Rodrigues*

USP - Recicla ..... 27  
*Marcelo Edmar Spada*

Responsabilidade Social e a Importância Sócio-Econômica  
da Reciclagem da Lata de Alumínio, preservando o Ecossistema ..... 27  
*Luciano Mates dos Santos, Marcio Aparecido Vaz, Sandro Cesar Ludwig*

## **Tema: Responsabilidade Social e a Inclusão da Terceira Idade**

Envelhecer: 40 Anos, Grau Máximo de Capacidade de Trabalho .....	28
<i>Camila Martinhao, Ricely Cristina Reis Ferraz, Vanessa Cristiane Do Carmo</i>	
Reconhecimento da Sabedoria na Terceira Idade dentro das Organizações .....	28
<i>Carla Cristina Gregory, Gislene Cristina Defavori, Josiane Torrezan</i>	
A Dificuldade de Encontrar uma Oportunidade de Trabalho depois dos 40 Anos .....	28
Maria Isabel da Costa, Patrícia Pereira da Silva, Solange Aparecida Borges Pedroso	
Estatuto do Idoso .....	29
<i>José André Silva</i>	

## **Tema: Responsabilidade Social e o Voluntariado**

Voluntariado: Um Gesto de Responsabilidade Social .....	29
<i>Luciano Luizze, Marcelo Menegatti, Ricardo Kisbimoto</i>	
Responsabilidade Social - Voluntariado .....	29
<i>Franciele Vieira Alves / Luciana D. Chareli / Priscilaini de Freitas Machado</i>	
Responsabilidade Social: Sonho ou Realidade? .....	30
<i>Alexandre Cruz Medina / Elaine Ucbida / Rafael Magossi</i>	
Responsabilidade Social com os Colaboradores .....	30
<i>Sabrina Aparecida Mantuan / Sávio Luis Faria</i>	
A Relação Ética da Empresa com seus Funcionários .....	30
<i>Patrícia Martino, Rosinés Rosa Vianna Maraním, Silviane Melo Assis, Simone Maria Franco Gomes</i>	

## **Tema: Responsabilidade Social e Discussões Alternativas**

Economia de Comunhão: A Cultura da Partilha X Cultura do Ter .....	32
<i>Jefferson Osni Moretti, Josias Pizarro Junior</i>	
Ingresso ou Realocação de Pessoas de Comunidades Carentes no Mercado de Trabalho .....	32
<i>Dayane Fernanda Ferreira, Henrique Toderó, João Francisco Piai Junior</i>	
Economia de Comunhão: O Despertar de um Novo Caminho rumo à Igualdade Social .....	32
<i>Adriana Sampaio Provenzano, Juliano Daniel</i>	

A Superficialidade da Responsabilidade Social ..... 32  
*Lucia Regina Nascimento, Manoela Vitorino*

Relógio Premier da Seiko ..... 33  
*Ana Paula Arruda, Geizton Marino, Livia Maria Trivisoni, Regiani Oliveira, Sandro José de Bessa*

### **Tema: Responsabilidade Social e Meio Ambiente**

Reuso da Água ..... 33  
*Cláudio Aparecido Cestare, Francisco Carlos Ferro, Lucivaldo Ferreira de Souza*

Responsabilidade Social e a Importância que a Reciclagem de Papel  
vem Ocupando nas Empresas ..... 33  
*Juliana Glória Soler Pettri, Norberto Hank*

A Preocupação das Empresas com o Meio Ambiente ..... 34  
*Fabio Eduardo de Oliveira, Sergio Alexandre Magalhães, Viviane Cristina Caetano*

Manejo Florestal Responsável ..... 34  
*Crislaine Menegatte, Rita de Cássia Ribeiro da Silva*

### **Tema: Responsabilidade Social e Governo**

Responsabilidade Social X Governo X Petrobrás ..... 34  
*Aline de Oliveira, Giovana R. Menegatti*

São Paulo: Sofrimento, Enchentes e Desespero - Administração  
Pública, Iniciativa Privada e População X Responsabilidade Social ..... 35  
*Mauricio Packer, Vanessa Cristina Pinto*

Programa Nacional de Apoio à Agricultura Familiar (Pronaf) ..... 35  
*Andréia Ramos, Marcos Antônio Constantino*

Axé Summer Edition .....  
*Thiago Alves Ferreira, Vandrê Luis Zapella*

### **Tema: Responsabilidade Social e Educação**

Como um Projeto Social pode Valorizar a Vida de uma Criança ..... 36  
*Eder Fabio Stella, Franciele Negrini Núbia Brito da Silveira*

A Responsabilidade Social na Educação: Bradesco S/A ..... 36  
*Carolina Pechula da Silva, Kátia Silene Guizarde*

Responsabilidade Social na Educação ..... 36  
*Leandro Brolezzi Nunciaroni, Vanessa Alegretti*

A Relação Ética da Empresa com a Comunidade ..... 37  
*Daniel Rodrigues de Carvalho Filho, Josiane Arruda Valadares Santos, Rogério Vieira da Lima*

Vestibular UNISAL - 2003 ..... 37  
*Alexsandro Matsuda Marcorin, Bruna L. O Rosa, Denis Carvalho dos Santos, Fernanda Pacheco, Jose Flávio Costela*

Radio Tango ..... 37  
*Camila Tonini, Eliana Buldrin, Marcela Pasquoto, Maria Aparecida Teixeira, Thuaney Baldesin*

### **Tema: Responsabilidade Social e Publicidade de Bebidas**

Cerveja Shincariol ..... 38  
*Carlos Roberto Braga, Everson Borges Cardoso, Fernando Pinbanelli Rocha, Thiago Pinbanelli Ribeiro, Sabrina Frigerio, Vanilza Ferreira dos Santos*

Brahma (Zeca Pagodinho) ..... 38  
*André Menegatti, Carla Fabiana Padovan, Diana Mariela Rafael Pinto, Karina Menegatti*

Summer Draft (Kaiser - Bates Brasil) ..... 38  
*Lidia Ribeiro Santos, Helisabeth Leone Perea Perea, João Geraldo Gonçalves de Araújo Neto, Fabrício Menezes Bollini*

Guaraná Antarctica ..... 39  
*Eduardo Mininel da Silva, Rafael Sai, Rodrigo Pereira de Souza*

Black Vodka - Blavod ..... 39  
*Aline Pertile, Ana Eliza Alencar, Marcela Saraiva, Roberta Calisto*

### **Tema: Responsabilidade Social e Meio Ambiente (Ação Empresarial)**

Responsabilidade Social e o Meio Ambiente (DPaschoal) ..... 42  
*Audrey Rodrigues Claus, Maria Izabel Caetano*

Responsabilidade Social e Meio Ambiente - O Compromisso da 3M com a Comunidade ..... 42  
*Camila Aparecida Salmi, Maria Caroline Dundes*

Ripasa Cidadã: A Interação Eficiente entre Empresa e Comunidade ..... 42  
*Davi Lucchiarì, Fábio Luís Lucchetti, Marcos Eduardo Carvalho*



Responsabilidade Social e o Tabagismo .....	43
<i>Carina Francielle Pereira, Francieli Cristina Domingues</i>	
Marlboro .....	43
<i>Murilo Carnelós Pinheiro, Marcos Antonio de Lima, Jader Rodrigues, Rodolfo Rodrigues dos Santos</i>	

### **Tema: Discussão Teórico-Crítica da Responsabilidade Social**

Há Lucro com a Responsabilidade Social? .....	43
<i>José Claudino da Silva, Moisés Wiesel</i>	
Os Equívocos da Responsabilidade Social .....	44
<i>Edinalva de Oliveira, Maria Carolina Trimer Cardoso, Maristela Monteiro Chaddad</i>	
O que leva uma Empresa ser Socialmente Responsável e consequentemente Ética? .....	44
<i>Jairana Milena da Cruz Costa, Lilian Lumico Turuta, Luíza Ap. Vaz de Oliveira, Rogério Mariano</i>	
A Demagogia diante do Slogan Responsabilidade Social .....	44
<i>Eglis B. Porcionato</i>	
A Relação Ética da Empresa com seus Clientes .....	44
<i>Darlene de Lima, Kizzy Moraes de Almeida, Renata Cristina Giovanelli</i>	

### **Tema: Responsabilidade Social e Economia (Instituições Financeiras)**

Como as Instituições Financeiras agem diante da Responsabilidade Social .....	45
<i>Elaine Cristina dos Santos, Íris Virginia de Oliveira</i>	
Responsabilidade Social e Resultados: Uma Análise dos Escândalos Financeiros que marcaram Grandes Corporações no final dos Anos 90 .....	45
<i>Luiz Felipe Canuto Inojosa</i>	
BB Educar .....	45
<i>Maria Célia da Silva Andrilli / Melissa Rovina</i>	

### **Tema: Responsabilidade Social e Marketing**

O Verdadeiro Negócio da Responsabilidade Social .....	46
<i>Cristiane Miranda Arruda, Eliane Mattoso Spina, Selma Trindade Silva</i>	
Marketing Social é Diferencial para Organizações e Empresas .....	46
<i>Ulisses Fernandes Ferri, Vagner Roberto Ramos, Wellington F. Braga</i>	

Responsabilidade Social como Marketing Promocional ..... 46  
*Carolina Schultze, Célio Pagani Junior*

Responsabilidade Social: Intenção de Melhoria para A Sociedade  
ou apenas Marketing Social? ..... 47  
*Daniel L. Gonçalves Dias, Ivan Carlos Stenico*

Novo Puma Monstro ..... 47  
*Ana Paula Panisini, Helem Colombo, Jéssica Basso, José R. Custódio, Marcelo Menutole, Mariana Baia*

Sorvete Kibon Carte D'or: Vai ser Gostoso assim lá em Casa ..... 47  
*Daniela Stock, Gustavo Panontim, Marcos Rafael Rossi*

### **Tema: Responsabilidade Social e Publicidade de Veículos**

Colonial Racing ..... 48  
*Denis Manoel Pereira, Luis Cláudio de Brito Rafael Antonio Piconi, Wílian Daniel Morassuti*

Pajero Mitsubishi ..... 48  
*Gustavo Feltrin, Gustavo Martins Jacqueline Jacon, João Ricardo Alvarez, Rodolfo Bellini, Tais Ferreira Rodrigues*

Novo Ford Ecosport: Bem-Vindo à Vida ..... 48  
*Fábio Trevisan de Oliveira, Fernando B. Feltrin, Maria Gabriela Justti, Marcelo Santos Hang, Vinicius Emanuel Crivellari*

Polo Sedan ..... 49  
*Ana Paula Avanzj, Cleber Belatine, Daiane Moraes, Glaucia Caldas*

Honda Fit: 'Felicidade é Você, sua Namorada e 14 Posições de Banco' ..... 49  
*Cleber Rodrigues, Cristiano Demiqueli Gomes, Edmundo Souza, Jurandir de Pádua, Rafael Fernandes, Samira Duarte*

**Sobre o Curso de Administração** ..... 51  
*Flavio César Rossi*

**Biscalchin Editor** ..... 52

# Apresentação

Pensar a responsabilidade do mundo corporativo tem-se tornado uma preocupação constante dos diferentes segmentos sociais.

A Universidade, como instituição de formação, aberta aos novos desafios não pode se omitir diante da necessidade de uma compreensão do fenômeno social que incorpora as práticas empresariais.

O Centro Universitário Salesiano de São Paulo, Unidade de Americana, tem por essência, a preocupação em formar profissionais competentes que atendam as exigências de mercado, bem como a realização plena do ser humano.

É atendendo a este chamado que a proposta da ***I Mostra de Responsabilidade Social*** se constituiu. Esta atividade tem como objetivo proporcionar aos alunos um momento privilegiado de reflexão sobre a responsabilidade social das empresas e das entidades sociais a partir de pesquisas e experiências junto à comunidade que, por sua vez, será convidada a participar deste evento.

A realização da Semana está estruturada a partir de quatro grandes momentos:

1. Apresentação dos *artigos-comunicações* por parte dos alunos do 4º ano de Administração.
2. Apresentação dos *artigos-comunicações* por parte dos alunos do 2º ano de Comunicação Social, especialização em Publicidade e Propaganda.
3. Apresentação por partes de empresas convidadas sobre seus respectivos projetos sociais desenvolvidos.
4. Palestras ministradas por pessoas envolvidas com a temática.

Com a realização desta Semana, a Comissão Organizadora espera contribuir para uma integração maior de seu corpo discente e docente junto à comunidade e empresas, incentivando a prática da responsabilidade social.

Flavio César Rossi  
Fabio Camilo Biscalchin  
Cássio Donizete Marques  
Nancy Tereza Horchut



# Provocação

Fabio Camilo Biscalchin

A universidade sempre foi o local privilegiado para a construção de fóruns de reflexões; por esta razão o Centro UNISAL, no ano de 2004, incorporou, para os alunos do último ano de bacharelado em administração a disciplina de Filosofia, Ética e Responsabilidade Social.

Acreditamos que não é suficiente apenas o ensino de como **fazer** Responsabilidade Social, mas mais importante que fazer é **pensar** os fundamentos da ação e suas conseqüências! Isto é Ética! Isto é Filosofia!

Somente sabendo quais os 'fundamentos' e 'finalidades' de nossas ações poderemos realmente agir verdadeiramente em prol da construção social! Caso contrário, estaremos criando com nossas ações sociais, novos instrumentos para a opressão da sociedade, pois ao beneficiar grupos, podemos coagir os mesmos a se caíem diante de possíveis injustiças cometidas em ações futuras!

Eis o papel das Universidades: 'provocar ações de transformação social enraizadas em convicções éticas que beneficiem o bem comum, e não apenas em ações que apareçam na mídia e, por isso, gerem lucro. **Queremos compromisso com as pessoas, e não faz de conta!**

Neste '*ANAIS DA I MOSTRA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DO UNISAL*' encontraremos os frutos dos trabalhos realizados pelos discentes dos cursos de Administração e Comunicação Social neste ano de estudos.

Os alunos de **Administração** desenvolveram **73 artigos** que teve como pano de fundo a temática da Responsabilidade Social! Por esta razão encontraremos os mais diversos enfoques e variações sobre a compreensão dos discentes sobre a proposta atual de Responsabilidade Social.

Já os alunos de **Comunicação Social** desenvolveram **17 artigos**. Estes artigos foram produzidos a partir de uma 'peça' publicitária impressa que, na opinião da equipe, utilizou-se de recursos 'apelativos' para vender o seu produto, ferindo a ética e o compromisso com a justiça social. Às equipes, coube elaborar uma nova 'peça' publicitária para vender o mesmo produto da 'peça' escolhida, porém, numa perspectiva de Responsabilidade para com as pessoas que constituem a sociedade!

Desta maneira, encontramos nestes ANAIS **90 resumos** dos 'artigos', que na realidade são 'trabalhos de iniciação à pesquisa científica', produzidos pelos discentes do 'Centro UNISAL'. Centro este que tem como prioridade formar o excelente profissional e o excelente ser humano, colaborando assim, para a construção e transformação das pessoas, rumo a uma **sociedade mais justa** e pautada na busca do **bem comum**.



**GRUPOS DE TRABALHO  
ALUNOS**

**26/10/2004**

**(TERÇA-FEIRA)**

**das 19:30 às 20:45h.**

## **Tema: Discussão Teórico-Crítica da Responsabilidade Social**

**LOCAL:** Sala 01 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 26/10/2004 (Terça-feira) - 19:30 às 20:45h.

**MODERADOR:** Prof<sup>a</sup>. Maria Cristina Pavan de Moraes

### **TÍTULO: OS TEMAS MAIS ABORDADOS EM RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**AUTORES:** André Aparecido Freschi, Mônica Andretta, Pabulo Mantovani

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** Responsabilidade Social é a maneira como uma organização trata dos interesses comuns de todos aqueles que se relacionam com ela.

Os temas mais abordados, ou os pontos mais comuns que devem ser tratados por organizações que visam a Responsabilidade Social são: valores e transparência, público interno, fornecedores, consumidores, meio ambiente, comunidade e governo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, práticas, organizações.

### **TÍTULO: O COMÉRCIO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**AUTORES:** Rui Flavio Campana, Suelen Fernanda Boer

**ADMINISTRAÇÃO (4º B e C)**

**RESUMO:** O artigo tem por objetivo, diante à importância da Responsabilidade Social, propor uma reflexão sobre a maneira como as organizações estão incorporando-a, visando estrategicamente vender uma imagem positiva perante a sociedade e fidelizar os clientes.

**PALAVRAS-CHAVE:** Venda, imagem positiva, estratégia

### **TÍTULO: A RESPONSABILIDADE SOCIAL E O COTIDIANO DAS PESSOAS**

**AUTORES:** Ariovaldo Lopes de Carvalho, Fábio Rodrigues de Oliveira, Paulo César Marques

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** O artigo procura demonstrar como as pessoas podem contribuir na, e/ou para a responsabilidade social em atividades cotidianas, qual o impacto causado e as proporções geradas quando se cria uma mudança de atitude em massa no âmbito global. Como a relação cotidiana das pessoas pode influenciar a organização de atividades positivas na comunidade, no trabalho, na rua, na universidade, em casa, tanto com relação ao meio ambiente, quanto com o convívio social, citando exemplos práticos e simples de ações que partam para esse princípio de cooperação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Conscientização, cooperação, cotidiano.

### **TÍTULO: O SER SOCIALMENTE RESPONSÁVEL**

**AUTORES:** Flávia Helena Dal'Belo, Giovana Kelly Tonim Mira

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**



**RESUMO:** O presente artigo tem como objetivo conceituar a Responsabilidade Social dando um enfoque ao ser humano como principal agente de mudanças na sociedade, a partir de uma visão mais ampla e profunda do papel do indivíduo nos principais meios onde atua.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ser humano, iniciativa, mudança.

**TÍTULO: O LUCRO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**AUTORES:** Eliane Alessandra Alves, Ricardo Monteiro Mazetto, Rogério Nagib Aparecido Ferraz da Silva

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:**

O artigo relata a responsabilidade social como uma tendência nos dias de hoje e questiona qual o motivo que tem levado as empresas a adotarem essa prática em sua gestão: o desejo de construir uma sociedade mais justa e solidária ou a busca exclusivamente do lucro, através de uma estratégia de marketing social.

**PALAVRAS-CHAVE:** Lucro, marketing institucional, compromisso social.

## **Tema: Responsabilidade Social e os Portadores de Necessidades Especiais**

**LOCAL:** Sala 02 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 26/10/2004 (Terça-feira) - 19:30 às 20:45h.

**MODERADOR:** Prof. Valdir Menutole

**TÍTULO: A INCLUSÃO DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO MERCADO DE TRABALHO**

**AUTORES:** Alceu de Moraes Júnior, Cathiane Ap. Mariano, Itor Cesar da Silva Simões

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** Este artigo busca demonstrar as dificuldades de ingresso dos portadores de deficiência no mercado formal de trabalho por falta de qualificação profissional. Procuramos focar alguns aspectos que podem ajudar os portadores de deficiência a se colocarem no mercado, seja com a ajuda do governo, a partir da criação de leis, pela população, estando aberta à inclusão dos portadores e não discriminando, e através de empresas, exercendo sua responsabilidade social, dando oportunidade para o portador de deficiência.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, qualificação profissional, mercado de trabalho, inclusão, portadores de deficiência.

**TÍTULO: DURA CAMINHADA: A INSERÇÃO DO PORTADOR DE NECESSIDADES ESPECIAIS NO MERCADO DE TRABALHO****AUTORES:** Cassiana Bicudo Sampaio, Priscila Cardoso Costa**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

RESUMO: Em meio ao turbulento mercado de trabalho eis que surge a figura do portador de necessidades especiais em busca de uma oportunidade de mostrar suas habilidades, entretanto, as barreiras do preconceito são imensas e caminham ao lado deles deste os primórdios. Este artigo mostra um pouco da caminhada desta parcela da sociedade em busca da sua inserção social.

PALAVRAS-CHAVE: Portador de necessidades especiais (PNE), integração, assistencialismo, responsabilidade social, sociedade, mercado de trabalho.

**TÍTULO: A INCLUSÃO DAS PESSOAS PORTADORAS DE DEFICIÊNCIA NAS EMPRESAS E SUA REPERCUSSÃO NA SOCIEDADE****AUTORES:** Luciana Silva Costa de Abreu, Maria Aparecida Ribeiro**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

RESUMO: Em um mundo globalizado, onde o mercado se torna cada vez mais competitivo, as organizações se tornam mais mecanizadas e menos humanas, buscando o profissional melhor qualificado e com habilidades potenciais, visando produtividade e lucro. Neste contexto o artigo salienta a importância da contratação de pessoas deficientes, mostrando que estas também têm habilidades potenciais e especiais e que elas podem e muito contribuir para o crescimento e enriquecimento cultural das organizações.

PALAVRAS-CHAVE: Deficiente, inclusão, igualdade, dignidade, respeito.

## **Tema: Responsabilidade Social com o Meio Ambiente: Água**

**LOCAL:** Sala 03 (Câmpus Maria Auxiliadora)**DIA:** 26/10/2004 (Terça-feira) - 19:30 às 20:45h.**MODERADOR:** Prof. Flavio César Rossi**TÍTULO: ESCASSEZ E DESPERDÍCIO DE ÁGUA****AUTORES:** Érica Patrícia Corrêa Leitão, Helena Culen Pyles**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

RESUMO: Este artigo aborda a questão da responsabilidade social, com foco no cenário atual e global de escassez de água, bem como, o seu consumo e desperdício.

Evidencia a necessidade de uma ação articulada, de co-responsabilidade entre o Estado, Sociedade Civil (incluindo as Organizações não Governamentais) e as Empresas Privadas.

E, identifica os cidadãos comuns como os grandes atores que, uma vez conscientizados do problema e engajados na busca por soluções, contribuirão efetivamente para reverter o quadro atual, e poderão cobrar dos demais setores da sociedade a sua parcela de participação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, meio ambiente, água, escassez, desperdício.

**TÍTULO: A IMPORTÂNCIA DA ÁGUA**

**AUTORES:** Angélica Maíra Rodrigues Faccioli, Viviane Aparecida da Silva

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** É importante que as empresas, organizações e comunidade em geral se unam para conscientizar aqueles que não detêm de nenhum meio de informação sobre a importância da água e de se ter um ambiente saudável e limpo sem desperdícios, não por uma questão de beleza, mas sim para sobrevivência da humanidade e de todos os seres habitantes no planeta.

**PALAVRAS-CHAVE:** Informação, conscientização, sobrevivência.

**TÍTULO: RECICLAGEM DA ÁGUA NA LINHA DE PRODUÇÃO: "USO DA ÁGUA NA PINTURA DOS CARROS"**

**AUTORES:** Cássia Cristina Gazoli, Elaine Cristina da Silva, Jerônimo Carlos de Freitas

**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** As Indústrias automobilísticas do Brasil têm incorporado cada vez mais cuidados com a preservação do meio ambiente. Entretanto, essa postura revela uma estratégia dúbia, política e econômica, já que traz também resultados financeiros com a redução dos custos.

**PALAVRAS CHAVES:** Água, customização, responsabilidade social.

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E A DEGRADAÇÃO AMBIENTAL: O QUE FAZER PARA PRESERVAR O MEIO AMBIENTE?**

**AUTORES:** Ana Paula Lopes Gomes, Francieli Cristina Dal'Belo, Patrícia Tonus Marinho

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** No artigo, "Responsabilidade social e a degradação ambiental. O que fazer para preservar o meio ambiente?", abordaremos sobre a conscientização das empresas e da comunidade em geral da necessidade de cuidar e de preservar o meio ambiente. As empresas, além de contribuírem com a preservação do meio ambiente, alavancam sua demanda através de projetos que visam a preservação do ambiente.

**PALAVRAS- CHAVE:** Preservação, consciência.

## **Tema: Responsabilidade Social e o Terceiro Setor**

**LOCAL:** Sala 10 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 26/10/2004 (Terça-feira) - 19:30 às 20:45h.

**MODERADOR:** Prof. Pedro de Miranda Costa

**TÍTULO: A PASTORAL DA CRIANÇA E O COMBATE À DESNUTRIÇÃO E À MORTALIDADE INFANTIL NA CIDADE DE AMERICANA/SP**

**AUTOR:** Rodrigo Mazucato

**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

RESUMO: O artigo relata e analisa a história e as conquistas da Pastoral da Criança no combate à desnutrição e à mortalidade infantil na cidade de Americana através de pesquisa em livros, artigos, sites e relatos dos próprios colaboradores.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade social, desnutrição infantil, Pastoral da Criança.

**TÍTULO: ABUSO SEXUAL DOMÉSTICO**

**AUTORES:** Altemar Luis Trevizan, Eliane Sofia Canova Trevizan, Selma Patrícia dos Santos Rocha

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

RESUMO: A responsabilidade social é uma "ação transformadora". Uma nova forma de inserção social e uma intervenção direta em busca da solução de problemas sociais.

As ações de responsabilidade social são extensivas a todos os que participam da vida em sociedade e exigem periodicidade, método e sistematização e, principalmente, gerenciamento efetivo por parte das empresas.

O CRAMI - Centro Regional de Atenção aos Maus Tratos na Infância, é pioneiro no país no trato com a violência doméstica. Surgiu na iniciativa de profissionais e pessoas da comunidade, preocupados com a situação da violência, discriminação e negligência vivenciada pela criança e adolescente. Executa trabalho com a situação da violência sexual doméstica ou incestogênica e não com outros tipos de vitimização sexual da criança, como a violência não-doméstica e a exploração sexual infantil.

A condenação do agressor representa uma responsabilização civil pelos atos de desrespeito à dignidade de um ser humano, de violação dos direitos de um cidadão.

As vítimas do incesto, quando não são protegidas e não têm a chance de serem tratadas, tendem a reproduzir a relação incestogênica, podendo continuar com o ciclo perpetuador do incesto, demonstrando assim a importância do trabalho realizado pelo CRAMI.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade social, projeto social, CRAMI, violência sexual, incesto, agressor, vítima, responsabilização.

**TÍTULO: CAMPANHA DA FRATERNIDADE: 'ÁGUA, FONTE DE VIDA'****AUTORES: Jéssica Molina Simão, Mônica de Paulo, Rodrigo Duzzi****ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

RESUMO: Este trabalho trata da problemática que envolve a crise da água e busca conscientizar as pessoas sobre seu melhor uso. Busca mostrar que essa questão envolve a todos, desde cidadãos comuns até governos e entidades.

Este artigo trata a água como um bem comum e não como uma mercadoria, busca mostrar o trabalho de vários organismos que se preocupam com este problema, com ênfase na Campanha da fraternidade, que esse ano tem como título "água, fonte de vida", busca conscientizar não somente católicos, mas a todos.

PALAVRAS-CHAVE: Crise da água, conscientização, direito de todos.

## **Tema: Responsabilidade Social e Educação**

**LOCAL: Sala 11 (Câmpus Maria Auxiliadora)**

**DIA: 26/10/2004 (Terça-feira) - 19:30 às 20:45h.**

**MODERADOR: Prof. Cássio Donizete Marques**

**TÍTULO: A EDUCAÇÃO ATUANDO PARA O BEM ESTAR SOCIAL****AUTORES: Leandro Setra de Oliveira, Norberto Theófilo Casagrande, Samuel Saulo de Souza Olivo****ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

RESUMO: A educação é fundamental na formação do ser humano. Ela é um dos meios de diminuir as desigualdades sociais e promover a inclusão social aos menos favorecidos independentemente de sua cor, etnia ou origem social. A responsabilidade social praticada pelas empresas privadas e ONG's, integrando os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente), é uma ferramenta para integrar o ser humano em uma sociedade mais justa e equilibrada economicamente.

PALAVRAS-CHAVE: Educação, igualdade, inclusão social.

**TÍTULO: PROJETO FORMARE: CAPACITANDO TALENTOS****AUTORES: Damaris Alfredo Silva, Elenilde Joaquim Santos, Rosangela M. Xavier Zanellato****ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

RESUMO: O artigo tem como objetivo oferecer a oportunidade de refletir sobre o tema Responsabilidade Social no meio corporativo, destacando o Projeto FORMARE e como ele é aplicado na empresa Delphi, sendo que o foco é mostrar quais as vantagens que os funcionários obtêm sendo

voluntários deste projeto, quais perspectivas para os alunos que se formam, e os resultados que a comunidade recebe com esta iniciativa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Formação de Jovens, responsabilidade social.

### **TÍTULO: AÇÕES VOLUNTÁRIAS NA EDUCAÇÃO**

**AUTORES:** Adriana Pereira do Prado, Juliana Costa, Vanessa Pasqualino

#### **ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** Inúmeras empresas com suas Parcerias e Voluntários já atuam com Responsabilidade Social na Educação, dando parte de seu tempo, seu dinheiro, sua experiência, suas idéias e até mesmo seu carinho em prol da comunidade, melhorando e mantendo sua imagem social, e ajudando a construir cidadãos melhores e mais conscientes de suas responsabilidades.

**PALAVRAS-CHAVE:** Parceria, educação, voluntariado.

### **TÍTULO: INSTITUTO UNIBANCO - EDUCAÇÃO AMBIENTAL**

**AUTORES:** Adenilson Magonari, Fábio Adriano dos Santos, Leonardo Leão Alves Corrêa

#### **ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** Visando um futuro melhor para as comunidades carentes o Instituto Unibanco apóia e financia projetos voltados ao desenvolvimento da educação ambiental que são desenvolvidos pela própria sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Unibanco, ecologia, sociedade, futuro.

### **TÍTULO: VOLUNTARIADO: PROJETO BB EDUCAR**

**AUTORES:** Daniela Rodrigues, Érika Lizandra Moura, Roseli Morais Gênova

#### **ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** O artigo discute a presença do voluntariado dentro das empresas, especificamente no Banco do Brasil, que através de parcerias com prefeitura, comunidade e trabalho voluntário de algumas pessoas, entre outros, desenvolve projetos como: alfabetização e proporciona cursos profissionalizantes para pessoas carentes e até mesmo presidiários.

**PALAVRAS-CHAVE:** Aprendizagem, desenvolvimento, cidadania.

**GRUPOS DE TRABALHO  
ALUNOS**

**26/10/2004**

**(TERÇA-FEIRA)**

**das 21:15 às 22:30h.**

## **Tema: Discussão Teórico-Crítica da Responsabilidade Social**

**LOCAL:** Sala 01 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 26/10/2004 (Terça-feira) - 21:15 às 22:30h.

**MODERADOR:** Prof. Flávio César Rossi

### **TÍTULO: REPENSANDO AS BASES DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

**AUTORES:** Cleber Renato de Freitas, Eduardo Alves Martins

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** O texto procura analisar os vários modelos de Responsabilidade Social corporativa praticados e ou aceitos e busca identificar suas bases, a fim de rever conceitos e repensar o papel ético e responsável das organizações.

**PALAVRAS-CHAVE:** responsabilidade social, organização, stakerolders, sociedade.

### **TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL: EMPRESA CIDADÃ**

**AUTORES:** Cristina Aparecida Sereia, Dorival Bonardi, Maria de Fátima Bueno

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** O artigo relata o compromisso da empresa e do cidadão com seu próximo, na tentativa de diminuir a desigualdade em nosso país, e o quanto se pode fazer mesmo sem a colaboração do governo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empresa cidadã, marketing social, empresa socialmente responsável.

### **TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL NA WHITE MARTINS: ASPECTOS MOTIVACIONAIS**

**AUTORES:** Fernando Aparecido Almeida, Marcelo Terradas, Márcio Bernardes da Costa

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** O artigo demonstrará a política de responsabilidade social da empresa White Martins através de seus programas sociais e apresentará aspectos sobre a motivação para estes programas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, programas sociais, motivação.

### **TÍTULO: A ÉTICA E A CIDADANIA EM ALGUMAS ORGANIZAÇÕES BRASILEIRAS E AS DIRETRIZES DA SA8000**

**AUTORES:** Ilton Mendes de Oliveira, Jussara Maria Foster

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** Atualmente, a maioria das organizações busca uma evolução em seus negócios através do desenvolvimento tecnológico, econômico, e também de seus recursos humanos através de uma política social bem elaborada e implementada. Este artigo mostra alguns exemplos de política social e também as diretrizes da SA8000, desconhecida por muitos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, diretrizes SA8000



**TÍTULO: A RELAÇÃO ÉTICA DA EMPRESA COM SEUS CONCORRENTES****AUTORES:** Juliano Caetano da Silva, Mauricio Ono Morgado, Sander Gomes**ADMINISTRAÇÃO (4º M)**

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo central discutir a questão da Responsabilidade Social das Empresas tendo como foco a concorrência. Com relação a concorrência cada vez mais se tem percebido a necessidade de se estabelecer limites éticos que, se ultrapassados, acabam por prejudicar não só as empresas como toda a sociedade. Apesar de que o mercado se apresenta como espaço aberto onde tudo é permitido deve-se levar em consideração uma série de fatores que devem ser evitados como: formação de cartéis; redução de produção para gerar falsa demanda; uso do fornecedor para obter dados concorrenciais entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, concorrentes, ética, empresa.

## **Tema: Responsabilidade Social e o Governo (Fome Zero)**

**LOCAL:** Sala 02 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 26/10/2004 (Terça-feira) - 21:15 às 22:30h.

**MODERADOR:** Prof. Pedro de Miranda Costa

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL: AS EMPRESAS, A SOCIEDADE E O PROGRAMA FOME ZERO. "E O SER HUMANO ONDE ESTÁ?"****AUTOR:** Lilian Helaine Gasparoti**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

RESUMO: O artigo de Responsabilidade Social trata exatamente da participação individual, assim como, da atuação das empresas e do governo no Programa Fome Zero. Tem-se, a partir desta temática, a questão principal: O ser humano e seus direitos como cidadão.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, atuação social, Programa Fome Zero, Ser Humano.

**TÍTULO: COMO AS EMPRESAS PODEM PARTICIPAR NO COMBATE CONTRA A FOME****AUTORES:** Carla Fabiana Barboza, Flávia Renata Forti, Luciana Gatti**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

RESUMO: Mostrar a situação da fome no Brasil e como as empresas podem participar na luta contra ela, retratando a Responsabilidade Social.

Assuntos abordados: a importância das empresas em participar de algum programa, demonstração de programas já existentes (Fome Zero) e exemplos bem sucedidos.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, empresas, governo, fome, pobreza.

**TÍTULO: AÇÕES SOCIAIS CONTRA DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS****AUTORES: Glícia Biffi Costa, Marisa Tomaiolo, Priscilla Munise de Faria Costa****ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

RESUMO: O artigo procura relatar o atual desempenho das empresas, ONG's e governo em ações de responsabilidades sociais no combate ao problema da fome no país. Isto através de projetos sociais de conscientização de funcionários de empresas e da sociedade em geral na luta contra o desperdício de alimentos.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, conscientização, desperdício, alimentos.

**TÍTULO: PROGRAMA PETROBRÁS FOME ZERO****AUTORES: Elaine Aparecida Cleodolpho, Juliana Queiroz Ribeiro, Thalita Barreto****ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

RESUMO: A Petrobrás é uma empresa comprometida com os princípios de responsabilidade Social. Em 2003, lançou o Programa Petrobrás Fome Zero ao combate da miséria para melhorar a vida da população brasileira. A Petrobrás é uma empresa de grandes desafios, fazendo parte da visão de negócios da companhia uma atuação responsável, com o objetivo de cumprir sua função social e econômica. O Programa Petrobrás Fome Zero destina-se à orientação da corporação para a valorização daqueles projetos que, por tradição, abrigam iniciativas voltadas ao estreitamento do relacionamento da empresa com as comunidades através do patrocínio de ações e movimentos que já tragam conteúdos alinhados.

A Petrobrás pretende incentivar os seus parceiros e fornecedores a apoiar os projetos que estejam na Carteira de Projetos, que são analisados por uma comissão de técnicos altamente capacitados.

PALAVRAS-CHAVE: Programa, Petrobrás, Fome Zero.

## **Tema: Responsabilidade Social e Reciclagem**

**LOCAL: Sala 03 (Câmpus Maria Auxiliadora)**

**DIA: 26/10/2004 (Terça-feira) - 21:15 às 22:30h**

**MODERADOR: Prof. Rogério Antonio Alves**

**TÍTULO: IMPORTÂNCIA DA CONSCIENTIZAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS EM RELAÇÃO À RECICLAGEM DO PAPEL E AO NÃO DESPERDÍCIO****AUTOR: Késia Ishida Mariano****ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

RESUMO: A conscientização das pessoas em relação à importância da preservação do meio ambiente

uma vez que os danos causados à natureza são cada vez maiores, causando impacto mais no dia-a-dia da humanidade e colocando em risco até mesmo a sua sobrevivência. Este artigo retratará um dos modos de contribuir para que tais danos sejam amenizados, por meio da reciclagem do papel.

**PALAVRAS-CHAVE:** Reciclagem, Conscientização, Sobrevivência.

**TÍTULO: COLETA SELETIVA**

**AUTORES:** Alessandro Enrique Garbelini, Cynthia Kelly Pellogia, Gabriela Rodrigues

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** Atualmente o mundo tem se confrontado com o problema crescente que afeta a qualidade de vida das pessoas, a degradação do meio ambiente pela má destinação do lixo. Uma das alternativas para esse problema e que tem apresentado melhores resultados é a Coleta Seletiva. Neste artigo, ilustraremos o que é a Coleta Seletiva, quais suas vantagens e mostraremos alguns exemplos que estão apresentando bons resultados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Problema do lixo; Coleta Seletiva; 3 R's.

**TÍTULO: USP - RECICLA**

**AUTOR:** Marcelo Edmar Spada

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** Responsabilidade Social poderá ser entendida como o que as instituições, empresas, tanto com ou sem fins lucrativos, podem adotar em prol de uma sociedade mais justa e menos desigual, deve ser uma atividade na empresa que reúna todos em torno da idéia, gerando retorno positivo, tanto para quem faz como para aqueles que a recebem, deve permitir o diálogo entre as partes que a compõem: sociedade, funcionários, fornecedores, etc.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, USP.

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E A IMPORTÂNCIA SÓCIO-ECONÔMICA DA RECICLAGEM DA LATA DE ALUMÍNIO, PRESERVANDO O ECOSISTEMA**

**AUTORES:** Luciano Mates dos Santos, Marcio Aparecido Vaz, Sandro Cesar Ludwig

**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** Este artigo visa mostrar e divulgar a importância da Reciclagem na atualidade, pois estamos vivendo com níveis intoleráveis de poluição, o que nos leva a criar alternativas de produção sem poluição. Como exemplo, citaremos a Lata de Alumínio, dando ao país um destaque mundial como referência de reciclagem, como também os benefícios sociais gerados com este produto em toda cadeia de reciclagem.

**PALAVRAS-CHAVE:** Poluição, Reciclagem e Geração de Emprego.

## **Tema: Responsabilidade Social e a Inclusão da Terceira Idade**

**LOCAL:** Sala 10 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 26/10/2004 (Terça-feira) - 21:15 às 22:30h

**MODERADOR:** Prof<sup>a</sup>. Maria Cristina Pavan de Moraes

### **TÍTULO: ENVELHECER: 40 ANOS, GRAU MÁXIMO DE CAPACIDADE DE TRABALHO**

**AUTORES:** Camila Martinhão, Riccely Cristina Reis Ferraz, Vanessa Cristiane Do Carmo  
**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** O homem despende a maior parte de sua vida em atividades de sobrevivência, trabalhando para obter condições para continuar vivendo, ganhando o sustento de sua vida. Mas muitos se tornam desafortunados pois apesar de trabalharem a vida toda não puderam juntar moedas para o sustento próprio e da família e quando chegam à velhice são condenados pela sociedade a viver discriminados apesar de serem dignos.

Hoje, há uma geração que somente irá se preocupar com o envelhecer quando sentir que, aos poucos, esta fase está se aproximando, gerando assim um certo medo devido à incerteza do amanhã. Muitas vezes esta situação gera uma ansiedade e falta de motivação, levando o indivíduo à depressão, acelerando assim seu envelhecimento e o prejudicando na vida profissional.

O aumento desta população tende a crescer mais nos próximos anos o que justifica o interesse e a preocupação perante esta situação, preocupando o governo em criar ações de melhoria.

**PALAVRAS-CHAVE:** Trabalho, Velhice.

### **TÍTULO: RECONHECIMENTO DA SABEDORIA NA TERCEIRA IDADE DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES**

**AUTORES:** Carla Cristina Gregory, Gislene Cristina Defavori, Josiane Torrezan  
**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** O artigo tem como objetivo mostrar à sociedade e às empresas a importância de se contratar um idoso no seu quadro de funcionários, apresentando suas principais vantagens, e algumas empresas que já possuem projetos voltados para o idoso. O artigo aborda ainda os principais preconceitos que a sociedade e as empresas possuem em relação à contratação de idosos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Terceira idade, Emprego e Vantagens.

### **TÍTULO: A DIFICULDADE DE ENCONTRAR UMA OPORTUNIDADE DE TRABALHO DEPOIS DOS 40 ANOS**

**AUTORES:** Maria Isabel da Costa, Patrícia Pereira da Silva, Solange Aparecida Borges Pedroso  
**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** Este artigo visa abordar as dificuldades encontradas pelas pessoas com mais de 40 anos de se recolocarem no mercado de trabalho. As empresas deveriam constatar que os profissionais com

mais experiências poderiam compartilhar as mesas de trabalho com as pessoas mais jovens e com isso enriquecer a vida e a carreira de todos os envolvidos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Trabalho, Recolocação, Discriminação.

**TÍTULO: ESTATUTO DO IDOSO**

**AUTOR:** José André Silva

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** O tema trata da situação de milhões de brasileiros com idade superior a 60 anos. Estatísticas mostram a tendência de envelhecimento da população, causada pela diminuição da natalidade e pelos avanços na medicina permitindo maior longevidade dos brasileiros. Mas, estamos preparados economicamente? Nossa política social está sendo bem conduzida? Qual é o real interesse político? Perguntas que desconhecemos a razão ou a resposta levam-nos a uma atitude de reflexão sobre o assunto, pois é uma forma de nos prepararmos para a velhice.

**PALAVRAS-CHAVE:** Dignidade, Benefício e Compromisso.

## **Tema: Responsabilidade Social e o Voluntariado**

**LOCAL:** Sala 11 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 26/10/2004 (Terça-feira) - 21:15 às 22:30h

**MODERADOR:** Prof. Cássio Donizete Marques

**TÍTULO: VOLUNTARIADO: UM GESTO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**AUTORES:** Luciano Luize, Marcelo Menegatti, Ricardo Kishimoto

**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** Ultimamente, trabalhos ligados à responsabilidade social têm se difundido entre as organizações. Por interesse ou não, muitas já adotam programas de proteção ao meio ambiente, e programas sociais, como a prática do voluntariado empresarial, que estimulam e incentivam seus colaboradores a ajudarem as comunidades onde estão inseridos, como criação de campanhas de doação de sangue.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, Voluntariado, Doação de Sangue.

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL - VOLUNTARIADO**

**AUTORES:** Franciele Vieira Alves, Luciana D. Chareli, Priscilaini de Freitas Machado

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** A maioria das empresas diz não ter uma preocupação de estabelecer uma relação entre sua atuação social e suas estratégias de negócio. Algumas empresas chegam a ressaltar que as ações sociais

são totalmente desvinculadas do negócio, quer nos aspectos administrativos, quer nos objetivos estratégicos. Enfatizam que a expectativa de qualquer efeito advindo das atividades de responsabilidade social descaracterizaria essa atuação e levaria à perda de credibilidade.

PALAVRAS-CHAVE: Social, Estratégia, Negócio.

#### **TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL: SONHO OU REALIDADE?**

**AUTORES: Alexandre Cruz Medina, Elaine Uchida, Rafael Magossi**

##### **ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

RESUMO: Este trabalho tem o objetivo de ressaltar as polêmicas em torno do assunto "responsabilidade social nas empresas" por meio do voluntariado.

Há tempos este tema é motivo de debate no Brasil e no mundo, ganhando a cada ano mais força e maior expressão.

Nosso objetivo é tentar esclarecer este assunto com definições, conceitos, estudos desenvolvidos de universidades, atitudes para implantar o voluntariado, como incentivar as práticas de responsabilidade social nas empresas, leis sobre voluntariado e as polêmicas sobre o retorno qualitativo e quantitativo destes trabalhos, mostrando a opinião dos participantes.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade social, Voluntariado, Empresas, Utopia.

#### **TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL COM OS COLABORADORES**

**AUTORES: Sabrina Aparecida Mantuan, Sávio Luis Faria**

##### **ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

RESUMO: No atual mercado de trabalho competitivo, as pessoas devem possuir habilidades multifuncionais, serem altamente eficientes e criativas, mas muitas vezes as organizações não se empenham para a construção desse perfil, e de maneira opressora ditam regras e moldam as pessoas, à sua conveniência.

PALAVRAS-CHAVE: Colaboradores, Bem estar, Sociedade.

#### **TÍTULO: A RELAÇÃO ÉTICA DA EMPRESA COM SEUS FUNCIONÁRIOS**

**AUTORES: Patrícia Martino, Rosinês Rosa Vianna Maranin, Silviane Melo Assis, Simone Maria Franco Gomes**

##### **ADMINISTRAÇÃO (4º M)**

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo central discutir a questão da Responsabilidade Social das Empresas tendo como foco seus funcionários. Com relação aos funcionários, a Responsabilidade Social não deve se limitar ao cumprimento único e exclusivo da lei. Ela se inicia desde o momento do surgimento de uma vaga até o pós-demissão do funcionário. Realizou-se também uma pesquisa junto aos alunos do curso de Administração, visando analisar a compreensão que eles têm de suas empresas com relação a questão da Responsabilidade Social.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, Funcionários, Ética, Empresa.

**GRUPOS DE TRABALHO**  
**ALUNOS**

**28/10/2004**  
**(QUINTA-FEIRA)**  
**das 19:30 às 20:45h.**

## **Tema: Responsabilidade Social e Discussões Alternativas**

**LOCAL:** Sala 01 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 28/10/2004 (Quinta-feira) - 19:30 às 20:45h

**MODERADOR:** Prof. Cássio Donizete Marques

### **TÍTULO: ECONOMIA DE COMUNHÃO: A CULTURA DA PARTILHA X CULTURA DO TER**

**AUTORES:** Jefferson Osni Moretti, Josias Pizarro Junior

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios da empresa, preocupando-se com o desenvolvimento social e a ética nos relacionamentos profissionais e pessoais, através de seus princípios e valores adotados. Nosso objetivo é discutir, de modo crítico, os procedimentos de empresas que desvirtuam o verdadeiro sentido da Responsabilidade Social e propor, por meio da Economia de Comunhão, uma mudança cultural (cultura da partilha).

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade, Relacionamento, Mudança.

### **TÍTULO: INGRESSO OU REALOCAÇÃO DE PESSOAS DE COMUNIDADES CARENTES NO MERCADO DE TRABALHO**

**AUTORES:** Dayane Fernanda Ferreira, Henrique Toderó, João Francisco Piai Junior

**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** Este artigo trata, de maneira sucinta, sobre como as organizações poderiam contribuir, junto às comunidades carentes, para a diminuição de um grave problema social, por exemplo, o desemprego, incorporando um projeto de responsabilidade social em seus negócios.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, Desemprego.

### **TÍTULO: ECONOMIA DE COMUNHÃO: O DESPERTAR DE UM NOVO CAMINHO RUMO À IGUALDADE SOCIAL**

**AUTORES:** Adriana Sampaio Provenzano, Juliano Daniel

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** Este artigo tem o objetivo de apresentar a Economia de Comunhão como uma nova proposta de economia baseada na partilha e demonstrar como vem sendo adotada em todo o mundo, de forma crescente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Partilha, Comunhão de Bens, Fraternidade.

### **TÍTULO: A SUPERFICIALIDADE DA RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**AUTORES:** Lucia Regina Nascimento, Manoela Vitorino

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**



RESUMO: Muitas vezes o conceito de Responsabilidade Social é tratado apenas como uma maneira de amenizar o problema de consciência que temos em relação aos nossos problemas sociais. As ações empreendidas neste sentido aplicam o conceito de maneira superficial e não resolvem os problemas de saúde, educação, moradia e dignidade social enfrentada pela maioria da população brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, Superficialidade, Marketing social, Dignidade.

**TÍTULO: RELÓGIO PREMIER DA SEIKO**

**AUTORES: Ana Paula Arruda, Geizon Marino, Livia Maria Trivisoni, Regiani Oliveira, Sandro José de Bessa**

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º A)**

RESUMO: Quando escolhemos a peça, observamos em seu conteúdo uma abordagem um tanto quanto depreciativa de alguns conceitos éticos e morais. Daí, a idéia de refazer a peça mostrando, de fato, qual é a utilidade do produto, empregando uma abordagem bastante simples, apenas com imagens auto-explicativas sobre a utilidade da peça, ou seja, administrar melhor o seu tempo.

PALAVRAS-CHAVES: Produto, Ética, Moral, Tempo.

## **Tema: Responsabilidade Social e Meio Ambiente**

**LOCAL: Sala 02 (Câmpus Maria Auxiliadora)**

**DIA: 28/10/2004 (Quinta-feira) - 19:30 às 20:45h**

**MODERADOR: Prof<sup>a</sup>. Denyse Fonseca Prada**

**TÍTULO: REUSO DA ÁGUA**

**AUTORES: Cláudio Aparecido Cestare, Francisco Carlos Ferro, Lucivaldo Ferreira de Souza ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

RESUMO: A implementação de reuso de águas para fins benéficos é fundamental para que haja equilíbrio na sustentabilidade dos recursos naturais aquíferos, conservando-os e melhorando a qualidade do meio ambiente.

PALAVRAS-CHAVE: Reuso de Água, Águas Residuárias.

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E A IMPORTÂNCIA QUE A RECICLAGEM DE PAPEL VEM OCUPANDO NAS EMPRESAS**

**AUTORES: Juliana Glória Soler Pettri, Norberto Hauk**

**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

RESUMO: Esse artigo aborda a relação da empresa, quer com seus consumidores, quer com o meio ambiente, e a preocupação demonstrada ao longo dos tempos para aliar seu lucro à preservação da

natureza em geral. Um dos programas sugeridos é a reciclagem de papel, mostrando seus benefícios, não só para a empresa como um todo, mas também para a comunidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, Empresas, Reciclagem de Papel.

**TÍTULO: A PREOCUPAÇÃO DAS EMPRESAS COM O MEIO AMBIENTE**

**AUTORES:** Fabio Eduardo de Oliveira, Sergio Alexandre Magalhães, Viviane Cristina Caetano  
**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** As empresas têm passado por mudanças bastante significativas em sua forma de agir. Antigamente bastava produzir produtos com qualidade e preços competitivos que já eram consideradas boas empresas.

Atualmente, a preocupação está além de produzir um produto com qualidade, mas também em como produzir, sem agredir o meio ambiente e a sociedade.

Para tanto, as empresas têm criado mecanismos de verificação e acompanhamento dos insumos consumidos, do processo produtivo e do impacto que isso pode causar ao meio ambiente e à sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, Empresas, Meio Ambiente.

**TÍTULO: MANEJO FLORESTAL RESPONSÁVEL**

**AUTORES:** Crislaine Menegatte, Rita de Cássia Ribeiro da Silva  
**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** Diante da necessidade de garantir a continuidade, empresas e pessoas devem buscar o equilíbrio com o meio no qual vivem. Deve-se despertar uma conscientização no sentido de responsabilidade pelo que usamos e queremos deixar para as próximas gerações. Os abusos cometidos contra o Meio Ambiente devem ser entendidos como abusos contra toda forma de vida.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consciência, Continuidade, Vida.

## **Tema: Responsabilidade Social e Governo**

**LOCAL:** Sala 03 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 28/10/2004 (Quinta-feira) - 19:30 às 20:45h

**MODERADOR:** Prof. Rogério Antonio Alves

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL X GOVERNO X PETROBRÁS**

**AUTORES:** Aline de Oliveira, Giovana R. Menegatti  
**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** O artigo tem por objetivo desenvolver no leitor uma atitude mais humanitária, considerando o bem-estar da comunidade como um todo tão importante quanto o seu próprio desenvolvimento

pessoal, entender que a responsabilidade social, mesmo a empresarial, é feita da iniciativa de pessoas de bem, preocupadas com o próximo. Para ilustração, é citado um dos projetos da Petrobrás, que seleciona e distribui exigências de postura socialmente responsável aos seus mais de 2000 fornecedores. PALAVRAS-CHAVE: Comunidade, Governo, PROGEFE.

**TÍTULO: SÃO PAULO: SOFRIMENTO, ENCHENTES E DESESPERO - ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, INICIATIVA PRIVADA E POPULAÇÃO X RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**AUTORES: Mauricio Packer, Vanessa Cristina Pinto**

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

RESUMO: Há anos a cidade de São Paulo convive com problemas de enchentes, a população sofre e vidas são destruídas. E qual a resolução para esse problema? Infelizmente, este problema está ligado à estrutura da cidade, aliada a fatores políticos, sociais, naturais e, inclusive, da própria população. Os problemas são graves, mas se houvesse, inicialmente, a conscientização dos cidadãos, assumindo as devidas culpas e responsabilidade, o resultado poderia ser diferente.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade, Culpa, Conscientização e Solução.

**TÍTULO: PROGRAMA NACIONAL DE APOIO À AGRICULTURA FAMILIAR (PRONAF)**

**AUTORES: Andréia Ramos, Marcos Antônio Constantino**

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

RESUMO: Embora ainda bastante incipiente, o PRONAF vem se transformando rapidamente em uma alternativa concreta para amplos seguimentos da produção familiar brasileira. Procurando entender o processo em curso, este estudo analisará a evolução do programa, discutindo a trajetória do programa, dando destaque às mudanças institucionais recentes, que colocam uma nova perspectiva para essa modalidade de política pública. Analisará também o desempenho recente das duas principais modalidades do programa, tanto nacional como regionalmente, destacando os aspectos dos contratos efetuados e o volume de recursos repassados. Finalmente, as considerações gerais, dando ênfase a alguns limites observados até o momento.

PALAVRAS-CHAVE: Produção Familiar, Política Fundiária, Crédito Rural.

**TÍTULO: AXÉ SUMMER EDITION**

**AUTORES: Thiago Alves Ferreira, Vandrê Luis Zapella**

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º B)**

RESUMO: O grupo escolheu uma peça publicitária do produto Axe, da empresa Unilever. Tal peça foi produzida pela Agência Lowe. No verão de 2003, a Unilever lançou o produto de série limitada intitulado Axe Summer Edition, e em sua publicidade impressa não houve preocupação com os princípios básicos da criação de uma publicidade ética, mas em apenas vender o produto.

Com base na publicidade de 2003, criamos uma nova peça publicitária procurando evidenciar um compromisso social e ético. publicitária procurando evidenciar um compromisso social e ético.

## **Tema: Responsabilidade Social e Educação**

**LOCAL:** Sala 11 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 28/10/2004 (Quinta-feira) - 19:30 às 20:45h

**MODERADOR:** Prof. José Antonio Padoveze

### **TÍTULO: COMO UM PROJETO SOCIAL PODE VALORIZAR A VIDA DE UMA CRIANÇA**

**AUTORES:** Eder Fabio Stella, Franciele Negrini, Núbia Brito da Silveira

**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** Este artigo apresentará a mudança de como um projeto social voltado para as crianças pode modificar a vida delas e, conseqüentemente, a de suas famílias. Empresas têm se conscientizado sobre o trabalho na área social, que, além de beneficiar a própria sociedade, pode trazer benefícios a elas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Crianças; Música; Responsabilidade.

### **TÍTULO: A RESPONSABILIDADE SOCIAL NA EDUCAÇÃO: BRADESCO S.A.**

**AUTORES:** Carolina Pechula da Silva, Kátia Silene Guizarde

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** A responsabilidade social é o compromisso que a empresa tem com o desenvolvimento e melhoria da qualidade de vida da sociedade, com o propósito de ajudar as pessoas na comunidade. Dentro deste contexto, abordaremos a responsabilidade social na educação, com algumas organizações tentando aperfeiçoar o nível educacional de seus funcionários e da sociedade. Como enfoque principal analisaremos a Fundação Bradesco, uma organização com a visão de que educar é transformar vidas e abrir caminhos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, Educação, Melhoria na Qualidade de Vida.

### **TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL NA EDUCAÇÃO**

**AUTORES:** Leandro Brolezi Nunciaroni, Vanessa Alegretti

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** A Responsabilidade Social é o vínculo que as organizações estabelecem com o seu público em curto e longo prazo. Tal público é composto por inúmeras organizações de interesse civil, social e ambiental. A Responsabilidade Social na educação pode ser considerada como um fator para um crescimento sustentável. A educação é a pedra fundamental de qualquer construção humana. A escola já não pode cumprir sozinha o papel de educar o cidadão. Além de suprir as necessidades emergenciais, o envolvimento de organizações com o dia-a-dia da escola é um exercício de cidadania e de parceria com o Estado.

**TÍTULO: A RELAÇÃO ÉTICA DA EMPRESA COM A COMUNIDADE**

**AUTORES:** Daniel Rodrigues de Carvalho Filho, Josiane Arruda, Valadares Santos, Rogério Vieira da Lima

**ADMINISTRAÇÃO (4º M)**

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo central discutir a questão da Responsabilidade Social das Empresas e o foco principal é a comunidade em geral. Com relação à Comunidade a Responsabilidade Social não deve se limitar ao assistencialismo, ou melhor, ela não é assistencialismo. A empresa deve ter, como um dos focos de sua gestão, a preocupação constante com a comunidade e região na qual está inserida, podendo até assumir ações de âmbito nacional. Ações que, muitas vezes, cairão no velho dilema entre a busca incessante do lucro e a correta ação no campo ético.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, Comunidade, Ética, Empresa.

**TÍTULO: VESTIBULAR UNISAL - 2003**

**AUTORES:** Alexsandro Matsuda Marcorin, Bruna L. O Rosa, Denis Carvalho dos Santos, Fernanda Pacheco, Jose Flávio Costela

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º A)**

RESUMO: Nossa proposta é mostrar a falta de concordância dos princípios éticos da peça com os que são propostos pela universidade, já que agride a moral dos indivíduos e as outras instituições. Nossa proposta é fazer uma nova campanha com o intuito de mostrar os princípios éticos da faculdade.

**TÍTULO: RÁDIO TANGO**

**AUTORES:** Camila Tonini, Eliana Buldrin, Marcela Pasquoto, Maria Aparecida Teixeira, Thuany Baldesin

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º A)**

RESUMO: O produto escolhido foi uma rádio, a Rádio Tango, da Noruega, que toca variados estilos musicais, principalmente rock. O publicitário usou de uma forma apelativa para fazer a divulgação da rádio, tentando assimilar a posição sensual do casal-propaganda com a rádio. Nossa nova proposta é criar elementos éticos, que caibam na realidade social de hoje e que, assim que o consumidor conhecer a propaganda, se identifique e fique curioso em saber que tipo de rádio é, e qual estilo de música toca.

## **Tema: Responsabilidade Social e Publicidade de Bebidas**

**LOCAL:** Mini Auditório Azul (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 28/10/2004 (Quinta-feira) - 19:30 às 20:45

**MODERADOR:** Prof. Eduardo Peixoto Rocha

**TÍTULO:** CERVEJA SHINCARIOL

**AUTORES:** Carlos Roberto Braga, Everson Borges Cardoso, Fernando Pinhanelli Rocha, Thiago Pinhanelli Ribeiro, Sabrina Frigerio, Vanilza Ferreira dos Santos

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º B)**

**RESUMO:** É muito comum vermos em propagandas de cerveja uma mulher vestida com poucas roupas. Isso se tornou praticamente um modelo de como se fazer uma peça publicitária para uma bebida. Em nossa propaganda, fazemos uma crítica exatamente a esse tipo de anúncio, que é totalmente não ético, porque a mulher é usada de uma maneira vulgar como apenas um "objeto de consumo". Modificamos a publicidade deste produto, usando o seguinte slogan: "Para um bom bebedor, uma boa cerveja basta".

**TÍTULO:** BRAHMA (ZECA PAGODINHO)

**AUTORES:** André Menegatti, Carla Fabiana Padovan, Diana Mariela Rafael Pinto, Karina Menegatti

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º B)**

**RESUMO:** A campanha escolhida foi a da BRAHMA com o Zeca Pagodinho, cujo título é: "NÃO LARGO MEU AMOR, VOLTEI!". Os dois pontos polêmicos da peça estão justamente no uso da imagem do Zeca, para atingir e desmerecer o concorrente e também insinuar que qualquer um poderia ter um "AMOR DE VERÃO", como no próprio comercial de TV ele canta, mas, no final, retorna ao amor de antes.

Evidentemente, a peça é dirigida às camadas mais "populares" que não levam em consideração os motivos e argumentos da campanha, pois o que querem mesmo é "ver baixaria e beber cerveja". Trabalhando contra esse conceito, estamos produzindo uma nova peça com idéias socialmente responsáveis.

**TÍTULO:** SUMMER DRAFT (KAISER - BATES BRASIL)

**AUTORES:** Lídia Ribeiro Santos, Helisabeth Leone Perea Perea, João Geraldo Gonçalves de Araújo Neto, Fabrício Menezes Bollini

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º A)**

**RESUMO:** A campanha da Summer vem com a seguinte frase "Uma cerveja fora do sério", que é vinculada com uma imagem das pernas de uma mulher. O que ocorre de apelativo é a associação das pernas da mulher à frase que segue a propaganda.

O que temos como proposta é a troca da imagem que causa o impacto apelativo na propaganda, por uma paisagem da costa do Rio de Janeiro que, se for interpretada com o nome da cerveja "Summer", que significa Verão, evidenciará uma ligação direta com a paisagem. Quanto à frase, nossa proposta é de mantê-la, levando em consideração o fato de que, se mudada a imagem, a interpretação apelativa da mensagem irá desaparecer.

**TÍTULO: GUARANÁ ANTARCTICA**

**AUTORES: Eduardo Mininel da Silva, Rafael Sai, Rodrigo Pereira de Souza**

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º B)**

RESUMO: A peça escolhida por nossa equipe é a do refrigerante Guaraná Antarctica, que utiliza a imagem sensual da modelo Gisele Bündchen, tomando banho de Guaraná Antarctica numa banheira transparente, usando apenas um pequeno biquíni. Essa produção foi elaborada com a finalidade de atrair a idéia de originalidade e de que o guaraná é tão refrescante que a top Gisele Bündchen, além de beber, até banho toma para se refrescar.

A frase utilizada para a campanha é a seguinte: "Guaraná Antarctica. Seja o que for, seja original".

**TÍTULO: BLACK VODKA - BLAVOD**

**AUTORES: Aline Pertile, Ana Eliza Alencar, Marcela Saraiva, Roberta Calixto**

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º B)**

RESUMO: A peça Free Imagination, da vodka preta Blavod, usa em sua campanha uma foto ousada com três mulheres, acariciando-se e beijando-se com o intuito de despertar a imaginação de todos, a imagem e o slogan da foto contribuem para transmitir a mensagem central de que, ao consumir a vodka, tudo se torna possível. Trabalharemos com base nesta campanha para elaborar uma nova, de maneira mais ética, mostrando que os mesmos objetivos de venda podem também ser alcançados de forma menos apelativa.

Escolhemos a Peça da Blavod, devido à sua forma antiética de lidar com o produto, ao utilizarem mulheres seminuas para atingir o objetivo de vendas ao colocarem como imagem duas mulheres se beijando e uma terceira acariciando-as, muitas mulheres e homens constataram que isso pode causar mal estar, principalmente, a mulheres que se sentiram constrangidas por ver, em outdoors, nas avenidas das cidades, uma imensa foto evidenciando uma das mais comuns fantasias masculinas.

A nova peça reconstruída usará o slogan: "Basta ser diferente", abrindo uma porta não somente para que o consumidor sinta que possui opinião própria, podendo consumir o que deseja e não o que lhe é ditado, como também mostrando que o objetivo da vodka não é rotular um padrão de pessoas para consumi-las, já que pode ser acessível a todos dentre raça, personalidade e nível social. Juntamente com este slogan, utilizaremos uma foto de um casal extremamente oposto em seu jeito de ser e de se vestir, evidenciando que, mesmo diferente, tudo é possível. Dessa maneira, desejamos não transmitir preconceitos e elaborar uma peça publicitária que não fira os egos masculinos e nem femininos.





**GRUPOS DE TRABALHO  
ALUNOS**

**28/10/2004**

**(QUINTA-FEIRA)**

**das 21:15 às 22:30h.**

## **Tema: Responsabilidade Social e Meio Ambiente (Ação Empresarial)**

**LOCAL:** Sala 01 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 28/10/2004 (Quinta-feira) - 21:15 às 22:30

**MODERADOR:** Prof. Valdir Menutole

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E O MEIO AMBIENTE (DPASCHOAL)**

**AUTORES:** Audrey Rodrigues Claus, Maria Izabel Caetano

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** O meio ambiente é muito importante para a sobrevivência da Terra, mas é necessário que seja tudo produzido com responsabilidade. Se o produto, depois do uso, ainda causar danos ao meio ambiente, precisa-se direcioná-lo para os lugares corretos; se não houver algum lugar para esse fim, a empresa deve criar mecanismos para isso. A que nos chamou atenção por seu sistema de recolhimento dos resíduos para não prejudicar a natureza foi a DPaschoal.

A DPaschoal é uma rede de lojas que revendem produtos para veículos automotivos. Se seus produtos forem jogados em qualquer lugar, causam grandes danos ao meio ambiente. Por isso, pensando de maneira responsável, a empresa criou um sistema que possibilita o recolhimento dos resíduos após o uso dos produtos. Com isso, tem a possibilidade de reciclar o produto, como o pneu, e evitar que ocorram danos à sociedade no futuro.

**PALAVRA CHAVE:** Sistema de Gerenciamento de Resíduos.

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL: MEIO AMBIENTE - O COMPROMISSO DA 3M COM A COMUNIDADE**

**AUTORES:** Camila Aparecida Salmi, Maria Caroline Dundes

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** Responsabilidade com o Meio Ambiente. Enfocaremos o compromisso que a empresa 3M do Brasil desempenha na comunidade e quais projetos desenvolvidos para retratar o seu desempenho.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade, Meio Ambiente e Conscientização.

**TÍTULO: RIPASA CIDADÃ: A INTERAÇÃO EFICIENTE ENTRE EMPRESA E COMUNIDADE**

**AUTORES:** Davi Luchiar, Fábio Luís Lucchetti, Marcos Eduardo Carvalho

**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** Ser responsável, ou ser responsável. Já não há outras opções sobre a maneira que as organizações, nos dias de hoje, desempenham junto à comunidade. Meio ambiente, pessoas e a organização devem interagir, de maneira harmônica, respeitando o limite de cada um.

**PALAVRAS-CHAVE:** Interação, Futuro e Obrigação.

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E O TABAGISMO****AUTORES: Carina Francielle Pereira, Francieli Cristina Domingues****ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

RESUMO: O artigo apresentado tem como objetivo informar o que é Responsabilidade Social com foco na conscientização da sociedade dos males causados pelo tabaco e como as empresas estão contribuindo, por meio de projetos de Prevenção ao Tabagismo, para que o número de fumantes diminua.

PALAVRAS-CHAVE: Conscientização, Informação, Prevenção.

**TÍTULO: MARLBORO****AUTORES: Murilo Carnelós Pinheiro, Marcos Antonio de Lima, Jader Rodrigues, Rodolfo Rodrigues dos Santos****COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º B)**

RESUMO: Pensamos em uma propaganda do cigarro Marlboro a qual mostra que, para se inserir na sociedade, é necessário fumar. Pensando nos princípios éticos, fizemos uma publicidade, que, antes de impor o produto, mostra os males causados por ele, deixando a critério da pessoa consumir o produto ou não. Queremos conscientizá-los e também vender o produto.

## **Tema: Discussão Teórico-Crítica da Responsabilidade Social**

**LOCAL: Sala 02 (Câmpus Maria Auxiliadora)****DIA: 28/10/2004 (Quinta-feira) - 21:15 às 22:30****MODERADOR: Prof. Sérgio Luiz Cabrini****TÍTULO: HÁ LUCRO COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL?****AUTORES: José Claudino da Silva, Moisés Wiesel****ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

RESUMO: A responsabilidade social pode ser definida como um comportamento que as empresas adotam voluntariamente por considerarem ser esse seu interesse a longo prazo. As empresas são importantes agentes de promoção do desenvolvimento econômico. Hoje, no Brasil, são aplicados atualmente quatrocentos e vinte milhões de dólares em fundos ambientais.

PALAVRAS-CHAVE: Agentes, Empresas, Lucro.

**TÍTULO: OS EQUÍVOCOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**AUTORES:** Edinalva de Oliveira, Maria Carolina Trimer Cardoso, Maristela Monteiro Chaddad  
**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** Neste artigo, queremos relatar o fato de as empresas utilizarem o título de Empresa Socialmente Responsável, quando, na verdade, visam somente ao lucro, distorcendo o sentido da Responsabilidade Social.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ética, Responsabilidade, Marketing.

**TÍTULO: O QUE LEVA UMA EMPRESA A SER SOCIALMENTE RESPONSÁVEL E CONSEQUENTEMENTE ÉTICA?**

**AUTORES:** Jairana Milena da Cruz Costa, Lilian Lumico Turuta, Luiza Ap. Vaz de Oliveira, Rogério Mariano

**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** Os modelos de empresas socialmente responsáveis evidenciam o atual ambiente onde estão inseridas, ou seja, a alta competitividade e a busca constante de estratégias que possam aproximá-las de seus públicos prioritários. Essas práticas de responsabilidade social vêm sendo vinculadas cada vez mais às estratégias das organizações, principalmente, no que diz respeito aos ganhos institucionais gerados pelas ações desenvolvidas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ética, Benefícios, Sociedade.

**TÍTULO: A DEMAGOGIA DIANTE DO SLOGAN RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**AUTOR:** Eglis B. Porcionato

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** O artigo fala sobre o quanto este tema é explorado mercadologicamente pelas empresas, infelizmente, não com objetivo de realmente ajudar as pessoas, e sim vender cada vez mais seus produtos. Também mostra algumas pesquisas sobre as empresas que realmente levam o tema a sério, mostrando-se socialmente responsáveis.

**PALAVRAS-CHAVE:** Marketing, Responsabilidade Social.

**TÍTULO: A RELAÇÃO ÉTICA DA EMPRESA COM SEUS CLIENTES**

**AUTORES:** Darlene de Lima, Kizzy Moraes de Almeida, Renata Cristina Giovanelli

**ADMINISTRAÇÃO (4º M)**

**RESUMO:** Este trabalho tem como objetivo central discutir a questão da Responsabilidade Social das Empresas tendo como foco seus clientes. Com relação aos clientes a Responsabilidade Social não deve se limitar ao cumprimento único e exclusivo da lei. Ela se inicia desde o momento da concepção de um determinado produto até todo o serviço de pós-venda. Realizou-se também uma pesquisa, junto aos alunos do curso de Administração, visando analisar a compreensão que têm como clientes e até que ponto já foram lesados devido à não-responsabilidade social de uma empresa ou prestadora de serviço.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, Clientes, Ética, Empresa.

## **Tema: Responsabilidade Social e Economia (Instituições Financeiras)**

**LOCAL:** Sala 03 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 28/10/2004 (Quinta-feira) - 21:15 às 22:30

**MODERADOR:** Prof. Pedro de Miranda Costa

**TÍTULO: COMO AS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS AGEM DIANTE DA RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**AUTORES:** Elaine Cristina dos Santos, Íris Virginia de Oliveira

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** As empresas financeiras brasileiras têm alterado o sentido da responsabilidade social para caridade, utilizando-a para o seu próprio marketing, porém, é possível mudar esse conceito e agir com verdadeira responsabilidade social em prol da vida.

**PALAVRAS-CHAVE:** Caridade, Respeito, Responsabilidade, Pessoas, Marketing.

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E RESULTADOS: UMA ANÁLISE DOS ESCÂNDALOS FINANCEIROS QUE MARCARAM GRANDES CORPORAÇÕES NO FINAL DOS ANOS 90**

**AUTOR:** Luiz Felipe Canuto Inojosa

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** O final dos anos 90 marcou a sociedade global com novas surpresas no cenário econômico. Os escândalos financeiros em grandes corporações revelaram um lado ainda mais obscuro do capitalismo moderno e a influência exercida no comportamento dos executivos e dirigentes empresariais. O processo de mudança requer muito mais que novos modelos burocráticos e de policiamento. Precisamos olhar mais profundamente no processo de auto-realização dos líderes e sua responsabilidade social.

**PALAVRAS-CHAVE:** Escândalos, Executivos e Responsabilidade Social.

**TÍTULO: BB EDUCAR**

**AUTORES:** Maria Célia da Silva Andrilli, Melissa Rovina

**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** Procuramos mostrar um trabalho desenvolvido em sua maior parte, pela dedicação de profissionais que, em comparação com a grande massa desse país, podem ser consideradas privilegiadas, mas nem por isso se fecham à realidade da nossa população. Esse trabalho se tivesse um pouco mais de boa vontade por parte dos governantes e acionistas, poderia ser muito melhor aproveitado.

**PALAVRAS-CHAVE:** Solidariedade, Alfabetização, Diferenças Sociais, Trabalho Voluntário.

## **Tema: Responsabilidade Social e Marketing**

**LOCAL:** Sala 11 (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 28/10/2004 (Quinta-feira) - 21:15 às 22:30

**MODERADOR:** Prof. Flavio César Rossi

**TÍTULO: O VERDADEIRO NEGÓCIO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**AUTORES:** Cristiane Miranda Arruda, Eliane Mattoso Spina, Selma Trindade Silva

**ADMINISTRAÇÃO (4º B)**

**RESUMO:** Responsabilidade social empresarial é o comprometimento permanente dos empresários de adotar uma ética de conduta e contribuir para o desenvolvimento econômico e da qualidade de vida de seus empregados, de seus familiares, da comunidade local e da sociedade como um todo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Tendência, Comprometimento, Qualidade de vida.

**TÍTULO: MARKETING SOCIAL É DIFERENCIAL PARA ORGANIZAÇÕES E EMPRESAS**

**AUTORES:** Ulisses Fernandes Ferri, Vagner Roberto Ramos, Wellington F. Braga

**ADMINISTRAÇÃO (4º A)**

**RESUMO:** Acreditamos ser da maior importância a reformulação do papel das empresas e organizações no que diz respeito à responsabilidade social. A importância do papel que podem absorver como agentes de educação de recursos humanos e de transformação positiva da sociedade é de grande valor. Temos observado que, nas organizações, têm-se falado muito em responsabilidade social, mas será que essas empresas realmente estão interessadas em fazer algo pela sociedade? Ou estão pensando nos resultados que podem trazer tudo isso? Sabemos que, nos últimos anos, a pobreza piorou. Se as empresas realmente estão preocupadas com a sociedade, esse é um bom caminho para se começar. Será necessária muita acuidade mental por parte de empresários e dirigentes de empresas para que suas organizações continuem a desenvolver o papel que realmente estejam pensando na sociedade e não nos resultados obtidos, além da conscientização das demais empresas a exercerem cidadania. Elas estão se transformando, aos poucos, em "novas universidades" no que tange à solidariedade, caminhando no sentido de devolver a conscientização humana e a dignidade solidária, à população.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, Organizações, Marketing Social.

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO MARKETING PROMOCIONAL**

**AUTORES:** Carolina Schultze, Célio Pagani Junior

**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

**RESUMO:** Como as empresas, prestadoras de serviços, estão empregando a Responsabilidade Social, para se promover diante dos olhos das outras, e como não percebem que não estão fazendo direito.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade social, Marketing, Ética e Organização.

**TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL: INTENÇÃO DE MELHORIA PARA A SOCIEDADE OU APENAS MARKETING SOCIAL?****AUTORES:** Daniel L. Gonçalves Dias, Ivan Carlos Stenico**ADMINISTRAÇÃO (4º C)****RESUMO:** O artigo enfoca a ética na responsabilidade social embutida em ações de marketing social.**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social, Marketing Social e Princípios éticos.**TÍTULO: NOVO PUMA MOSTRO****AUTORES:** Ana Paula Panisini, Helem Colombo, Jéssica Basso, José Roberto Custódio, Marcelo Menutole, Mariana Baia**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º A)****RESUMO:** Consideramos essa peça apelativa, por trazer como texto o seguinte: "Se mesmo assim você continuar feio, culpe seus pais". Além de ser apelativa, é extremamente preconceituosa, pois, hoje em dia, beleza não é tudo. Para algumas pessoas, a aparência é que faz a diferença, e não concordamos com isso, pois existem muitas pessoas belas, mas de um caráter ruim, de uma índole péssima. A peça escolhida constrange muitas pessoas, pois quem não tem uma classe social sustentável, ou melhor, não pode possuir o produto, sentir-se-á menosprezada, porque, de acordo com a propaganda, só será bonita se tiver o produto, conseqüentemente, só será alguém se tiver o produto, caso contrário, será excluída da sociedade da moda.

O grupo entrou em um consenso e viu que não precisa ter um tênis de marca, uma roupa nova para ser "legal", ser alguém. Por essa razão escolhemos essa peça, pois vamos reconstruí-la de uma maneira ética, mostrando tanto para o consumidor como para os publicitários que não é agredindo as pessoas que se vende um determinado produto.

**TÍTULO: SORVETE KIBON CARTE D'OR: VAI SER GOSTOSO ASSIM LÁ EM CASA.****AUTORES:** Daniela Stock, Gustavo Panontim, Marcos Rafael Rossi**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º B)****RESUMO:** A peça publicitária do sorvete Kibon foi construída à base de apelações sexuais e estéticas, comparando o sabor do sorvete ao da mulher que estampa a peça. A imagem da bela mulher desperta desejos em homens e inveja em mulheres. O seu slogan: "Vai ser gostoso assim lá em casa", completa esse quadro erótico o qual explora as mulheres, insinuando que, para elas despertarem o interesse nos homens, devem ter uma aparência que chame a atenção.

## **Tema: Responsabilidade Social e Publicidade de Veículos**

**LOCAL:** Mini Auditório Azul (Câmpus Maria Auxiliadora)

**DIA:** 28/10/2004 (Quinta-feira) - 21:15 às 22:30

**MODERADOR:** Prof. Cássio Donizete Marques

**TÍTULO:** COLONIAL RACING

**AUTORES:** Denis Manoel Pereira, Luis Cláudio de Brito, Rafael Antonio Piconi, Wilian Daniel Morassuti

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º B)**

**RESUMO:** A peça enfoca pneus e acessórios para carros, utilizando uma moça seminua, que segura uma roda Robby para mostrar a robustez da moça com uma roda. A Colonial Racing mostra também várias marcas de rodas e pneus como a Goodyear e Dunlop.

A Colonial Racing fica em São Paulo e futuramente estará cadastrando representantes e franqueados de todo o Brasil, além de oferecer serviço de guincho.

A nova montagem que estamos fazendo dessa peça é em forma de desenho para colocarmos carros desenhados, com a mesma roda que a moça está segurando, e todos os acessórios que a Colonial Racing oferece.

**TÍTULO:** PAJERO MITSUBISHI

**AUTORES:** Gustavo Feltrin, Gustavo Martins, Jacqueline Jacon, João Ricardo Alvarez, Rodolfo Bellini, Tais Ferreira Rodrigues

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º A)**

**RESUMO:** Na peça publicitária, encontramos a seguinte frase: "É, neste momento tem alguém se divertindo mais do que você." O grupo concordou que ninguém precisa de uma Pajero para ser feliz e se divertir. Desmontamos essa peça por julgarmos apelativa e preconceituosa, pois hoje infelizmente somos julgados pelo que temos e não pelo que somos.

**TÍTULO:** NOVO FORD ECOSPORT. BEM-VINDO À VIDA

**AUTORES:** Fábio Trevisan de Oliveira, Fernando B. Feltrin, Maria Gabriela Justti, Marcelo Santos Hang, Vinicius Emanuel Crivellari

**COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º B)**

**RESUMO:** A peça de lançamento do utilitário esportivo da Ford tornou-se objeto de estudo quando se constatou que, seu slogan condicionava as pessoas a um determinado conceito de vida, que somente se completa, ou inicia-se com a aquisição do produto.

Tal pensamento despertou a necessidade de se fazer uma análise filosófica e sociológica, que entre outros fatores, engloba a exclusão social - pois somente faz parte da vida quem possui e condiciona as pessoas a um pensamento extremamente restrito e consumista.



**TÍTULO: POLO SEDAN****AUTORES: Ana Paula Avanzi, Cleber Belatine, Daiane Moraes, Glaucia Caldas****COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º B)**

RESUMO: "Mude de vida, mudando apenas de carro". Esse é o slogan proposto pela nova propaganda do Pólo Sedan. Nosso intuito com esse projeto é mostrar como a "Indústria da Mídia" utiliza slogans como esse para disseminar o desejo nos indivíduos de ascensão social e poder e de como somos rotulados hoje por aquilo que temos e não por aquilo que somos.

Procuramos reconstruir essa propaganda enfatizando o valor maior da família de ter alguém que amamos para dividir nossas vitórias, nossas conquistas., pois, afinal, para que ter um carro de luxo se o poder nos condena a viver sozinhos?

**TÍTULO: HONDA FIT: "FELICIDADE É VOCÊ, SUA NAMORADA E 14 POSIÇÕES DE BANCO"****AUTORES: Samira Duarte, Cleber Rodrigues, Cristiano Demiqueli Gomes, Edmundo Souza, Rafael Fernandes, Jurandir de Pádua****COMUNICAÇÃO SOCIAL (2º A)**

RESUMO: A peça publicitária atual induz o consumidor a pensar que só terá felicidade se possuir o bem de consumo, no caso, o veículo Honda FIT. A nossa proposta é exaltar as qualidades do veículo sem ter que atrelar a felicidade à necessidade material.



# Sobre o Curso de Administração no Centro UNISAL

Flavio César Rossi

Nos dias de hoje, a Administração revela-se uma área do conhecimento humano muito complexa e cheia de desafios. O profissional de Administração pode trabalhar nos mais variados níveis de uma organização, desde a execução da tarefa mais elementar até o nível de gerência máxima. O administrador também pode atuar em setores especializados.

A tarefa do administrador aplica-se a qualquer tipo ou tamanho de organização, seja ela uma grande indústria, uma rede de supermercados, uma escola, um clube, um hospital ou ainda uma empresa de consultoria ou de serviços.

A complexa época em que vivemos, na qual as mudanças e incertezas são a tônica, tornou a Administração uma das mais importantes áreas da atividade humana e uma das mais requisitadas.

O Curso de Administração no Centro Unisal possui uma excelente infra-estrutura, que vem sendo consolidada desde a implantação do curso há mais de 30 anos. Durante o ano letivo, os alunos são envolvidos em atividades extra-curriculares e integradas que proporcionam o desenvolvimento pleno dos conceitos teóricos ministrados em sala de aula.

O **PROPAI** - Projeto de Práticas Administrativas Integradas, é um trabalho dirigido aos alunos do 1º, 2º e 3º anos do curso. O objetivo geral deste projeto é ampliar os conhecimentos do aluno acerca da natureza dos processos administrativos, propiciando condições para elaboração de uma fundamentação prática dos conceitos teóricos ministrados em sala de aula.

A **Empresa Júnior**, constituída exclusivamente por alunos do curso de Administração e Ciências Contábeis, presta serviços e desenvolve projetos para empresas, entidades e sociedade em geral, nas suas áreas de atuação, sob a supervisão de professores e profissionais

O **Estágio Supervisionado de Administração** oferece ao aluno a oportunidade de desenvolver experiências práticas no campo da ciência da Administração, a fim de melhor prepará-lo para o exercício da profissão, aprimorando sua capacidade criativa e de análise crítica.

O **GAPA** (Grupo de Apoio Pedagógico à Administração) consolida a relação entre o ensino e a pesquisa, oferecendo subsídios e apoio metodológico às produções científicas do curso.

## Biscalchin Editor

Em 2003, com o objetivo de estimular a cultura no interior paulista, surge a BISCALCHIN EDITOR.

A BISCALCHIN EDITOR trabalha com três focos:

1. Tornar-se uma editora especializada em publicações de obras filosóficas;
2. Tornar-se uma editora que publique idéias alternativas e provocadoras à cultura de massa, possibilitando assim o enobrecimento de uma das principais características do ser humano: o pensar!
3. Tornar-se uma editora-livraria que facilite o acesso do livro ao leitor, através de orientações sobre as boas leituras e de menores preços.

No que se refere à Publicação, a BISCALCHIN EDITOR vem com a proposta de parcerias com autores que desejam levar a público suas idéias, oferecendo uma infra-estrutura completa para uma publicação de qualidade e de reconhecimento público, incluindo:

- Registro e Catalogação
- ISBN
- Conselho Editorial
- Revisores
- Gráfica
- Publicidade
- Distribuição

No que se refere às vendas de livros, além das possíveis consultas e indicações de leituras, também é oferecido um desconto mínimo de 15% nas compras de livros.

Entre já em contato conosco!

[www.biscalchineditor.com.br](http://www.biscalchineditor.com.br)

[atendimento@biscalchineditor.com.br](mailto:atendimento@biscalchineditor.com.br)