

Centro Universitário Salesiano de São Paulo - UNISAL

Unidade Americana

ANAIS DA
II MOSTRA DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL

de 03 a 07 de outubro de 2005

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, 2005

REALIZAÇÃO

Centro Universitário Salesiano de São Paulo
Unidade Americana

REITOR

Pe. Gilberto Luis Pierobom

DIRETOR ACADÊMICO

Carlos Augusto Amaral Moreira

COORDENADOR DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Flávio César Rossi

COORDENAÇÃO DA I MOSTRA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Flávio César Rossi

Fábio Camilo Biscalchin

Cássio Donizete Marques

Nancy Tereza Horschütz

Leonice Zebiani

PROJETO GRÁFICO

Gilmar Sevenil Gumier

gilmar.gumier@gmail.com

ILUSTRAÇÕES

Marcos José Verzignasse

magui.cartoon@bol.com.br

REVISÃO

Cássio Donizete Marques

Kety Cristina Boralli Biscalchin

Nancy Tereza Horchutz

ÍNDICE

Apresentação	11
Provocação de Abertura	13
Fabio Camilo Biscalchin	
 Trabalhos Alunos	
Responsabilidade Social: Um Fator de Sobrevivência da Empresa	16
Camila Franco Blanez, Silvana Fabro, Simone Maria do Amaral	
Responsabilidade Social como Vantagem Competitiva	16
Kamila Cristina Gaino	
Responsabilidade Social, Marketing e a Imagem da Empresa	16
Inês Lima Rezende	
UseFashion	17
Ana Carolina Dias Monteiro, Celise Rey Monte, Karmell Daniel Martins, Milleide Gonsalves	
Responsabilidade Social e Conduta Ética no Ambiente de Negócios da Atualidade	17
Carlos Antonio de Paula Junior, Eliandro Rogelio de Almeida, Rafael Edivaldo Campos Pavam, Welton Luís de Oliveira	
Responsabilidade Social x Marketing, Inversão de Valores?	17
Adriane Rodrigues Silva, Cristiane Aparecida Bischof, Leandra Aguiar Bortolazzo, Rita de Cássia Breda Sêga.	
Você Também Pode Fazer Parte	18
Alessandro Ricardo Prata, Éderson Fernando Rodrigues, Eduardo Feltrin, Joseane Bueno de Oliveira, Marco Aurelio Zampieri	
Propaganda da emissora MTV pelo Prêmio recebido ao ser eleita a Preferida pelo Público Jovem pela revista Propaganda	18
Bruna Martins, Francisco José Bortoni	
Importância da Responsabilidade Social no Meio Empresarial	18
Aline Fernanda dos Santos, Denise Maria Riceto Ronchim, Farisa Furlan, Maciel Benitz	

Natureza, Quem Ama Cuida !!!	19
Camilla Nardini de Oliveira Roland, Lílian Carla Straiotto, Ricardo Costa	
Banco do Brasil - Ourocard Platinum	19
Carolina Carraro Jonet, Edson Teixeira, Ítalo Brum, Queila Seriano	
Capacitação de Entidades Sociais	19
Carla Christiano, Elaine Pellisson, Luciane Pascotti, Pâmela S. Rigonato, Rianne Zanetti	
Empresa Junior Uma Lição de Cidadania	20
Carolina Gabriela Bodemeier, Danieli Fernanda Cruz Siqueira, Flavia Rossi Furlan, Luciana Ribeiro	
Relações Comunitárias: IBM e o Projeto E-Voluntários	20
Karina Sacilotto Tozzo, Marcelo Andreli, Mereney A.S.M. Campos, Tiago Augusto Menzote	
Sinitron (Empresa: Grupo Meggaton)	20
Georges Lambstein, Thaise Rodrigues, Thiago Prezzotto Aranha	
Contaminação do Solo: Uma Questão de Responsabilidade Social	21
Ademilson Betim, Aline Fernanda Bosso, Lílian Renata M. Carmo, Maria Estela Macedo, Maria Ester N. Freitas	
Responsabilidade das Empresas com o Meio Ambiente.	21
Andreza Corrêa, Leila Regina de Oliveira, Marcio José de Barros, Ricardo Alves Pereira	
A importância da Preservação do Meio Ambiente. (Bosch)	21
Andressa Reami da Silva, Cira Carolina dos Santos, Cleverson Morais, Daniela Giordano	
Campanha Institucional para Uso da Camisinha	22
Flávia Borges de Oliveira, Lívia Scantamburlo, Paula Daiane Rampi, Priscila Fernanda Pasqualino	
Responsabilidade Social e Voluntariado	24
Aline Lenhare, Douglas Meneghel Silveira, Edson Ronaldo Aizza, Marinês Martins	
O MC Dia Feliz e a Responsabilidade Social	24
Cristiane F. Fuzati, Débora C. V. Camargo, Eliana Bianchin	
Suco Camp Light	24
Antonio Fernando de Oliveira Junior, Felipe Formentini Leitão, Roberto Magossi, Robson Espósito	
Preservação da Água: Uma Responsabilidade de Todos	25
Davi Luciano Francescon, Emerson Santana Fagionato, Fabiana Cássia de Souza, Tatiane Guiroto Ramires da Silveira	

A Vida depende da Água	25
Cristina Aparecida de Souza, Jordana Rodeli P. Silva, Sirlene Aparecida da Silva	
Citröen C3 Ocimar Versolato	25
Aline Carla Rocha da Silva Viana, Janaina de Freitas Branco, Leandro Frezzarin, Thiago Leandro Sabaini	
Jornal O Estado de São Paulo - Estadão	26
Celina Ap. dos Santos, Daiane S. Limeira, Kleber D. Forato, Ewerton P. dos Santos	
A Família e a Responsabilidade Social na Escola de Pais do Brasil	26
Catarina Sabaini, Fernanda Patrícia de Bessa, Mariana Ferreira Rodrigues, Paula Fernanda Pires dos Santos	
Mercado de Trabalho e o Profissional Homossexual	26
Adriana Teslenco Coelho, Milene Fratini, Rita de Cássia da Silva	
Melissa	27
Polyana Menezes Junqueira, Thonny Richardy Piassa	
Revista FEMININA (ABOUT)	27
Simone Ribeiro, Taise Santana, Amilton Cestari, Ronaldo Basso	
Responsabilidade Social X Maximização dos lucros	27
Henrique Alves dos Santos, Paulo Humberto da Silva, Regiani Cristina Folster	
Responsabilidade Social: Verdades e Mitos	28
Carla Goss Pereira, Daniela Lourenço, Elzie Bonifácio Rosalen	
As diferentes formas de Responsabilidade Social numa instituição bancária	28
Diélson Antonio Feliciano, João Rafael Tomazi, Marcus Vinicius Zapella, Newton Bueno Junior	
Curativos Nexcare Tattoo	28
Raphaela dos S. F de Barros, Sauane Santos, Gislaíne da Silva	
Responsabilidade Social nos Pequenos Movimentos Individuais ou Comunitários	29
Edleusa Maria da Silva, Luciene Barbosa, Marco Antonio Fuzari de Souza, Monike Motta Del'Antonio, Renata Nazário de Biagi	
Programa Primeiro Emprego	29
Raquel de Oliveira, Patrícia Assis da Silveira, Thaís Helena Cavechioli, Willian Aparecido Osmaré	

Campanha da linha Bozzano Protection	29
Patrícia F. Guimarães, Tatiane P. Dellapiazza, Vicente Paulo da Silva Jr., Welson Danilo Salati	
Reciclagem de Pneus: As diversas maneiras de utilizar esse insumo preservando a Natureza	32
Anéias Alves de Lima, Carla Valéria Menezes, Regiane Cristina Valério, Rosana Barbosa da Silva Sá, Rosana Cristina Ardito, Vanessa Scarabelli Araújo	
Responsabilidade social e a Indústria	32
Anderson Pestana, Eduardo Perrut, Everton Carvalho, Rafael da Rocha	
Conscientização ou apenas Obrigação: Ações Voltadas à Preservação Ambiental	32
André Zilli, Juliana Valencio de Oliveira, Márcio Antonio Mela, Vanderlei Calil Casseb Junior	
VIVO – Campanha Natalina	33
Ana Paula Gonçalves, Quelis Zezieli Ferreira, Tatiane Erica Carlim	
Contratação e Capacitação de Portadores de Necessidades Especiais	33
Cleber Adriano de Oliveira, Rafael Amaral, Rodrigo Fernandes Coracin, Susana Cristina Faé	
Emprego para Portadores de Deficiência	33
Carlos Eduardo Barbosa, Douglas Bertolin, Marcio Henrique Calabrez	
Aprender a Viver com as Diferenças	34
Flavia Roberta Furlan, Luciana de Giácomo	
Honda Civic	34
Karina Andressa Asevedo, Mariana Soto Silva, Natália de Castro Gallo	
A Responsabilidade Social no Combate ao Desmatamento	34
Márcia Andréia Normídio, Odair José dos Santos, Silmara Regina Donha	
Preservar para Desfrutar!	35
Ana Paula Gabriel da Silva, Ana Paula Gavioli, Edgar Pelisson, Fernanda Garbellini, Tatiane Sueli Dore Pelisson	
Sistema de Gerenciamento: Segurança, Saúde e Meio Ambiente – Polyenka	35
Aline Regina Badanai, Ricardo Gimenes, Robson Machado	
Honda Civic	35
Cibele Caldas, Claudionor Lopes, Natalia Amaral	
Reutilização da Água Pluvial.	36
Amanda Benetton, Amanda Franciele Pestana, Franciele Custódio de Oliveira, Mariana Cordeiro Assumpção, Mariely Canale Gandelin	

Umicore: Responsabilidade na utilização da água	36
Aparecido Sidney Zagheti, Keila Renata Artoni, Luciana Corrêa Ibiapino	
Novo Polo Sedan	36
Bruna Bastos, Érica Marinho, Tácia Carolina Giroto	
Coleta Seletiva e Reciclagem de Materiais	37
Elisangela Regina Santana, Leonardo Padovani, Rodrigo Cavalheiro Rizziolli, Wilson de Souza Ribeiro	
Cooperativas de Reciclagem	37
Aldomiro Turco Filho, Alexandre Marques Severino, Ester Lopes de Oliveira, Oziel Maximiano da Silva Junior	
Bio Redux – Empresa: Brasmed	37
Angelita de Oliveira Ceccarelli, Clayton Alferes Moreira, Lilian Santachiara Caron, Meg Ester Damada	
Fundação Belgo	40
Eduardo Antônio Custódio, Gilberto Mateus de Souza Santos, Marcio Rodrigo Pinto, Renato Falcade, Renê Pires Laurentino, Rodrigo Tardelli	
Reabilitação de ex-presidiários e a utilização dessa mão de obra	40
Amanda Cristina de Mello, Ana Paula de Carvalho Miranda, Emanuel Flávio de Oliveira, Fernando Germani Lucas, Ivone da Silva Viana	
Fundação Romi: A Busca Pela Excelência na Educação	40
Carla Fernanda de Castro Roberto, Carla Renata Carvalho, Fabiana Cristina Forti	
Hospital Santa Casa de Misericórdia São Paulo	41
Diego Baroni Rompato, Fabio Roberto Ferreira, Gleidson Chagas Pestana, João Gabriel Richetti Pereira	
Qualidade de Vida para a Comunidade	41
Heliton Silvio Antonio Augusto, Íris Raquel Rodrigues, Vânia Paula Luiz Moreira	
Responsabilidade Social e o Mal-Estar Social	41
Daniela Pereira Gomes	
Planejamento Estratégico e Responsabilidade Social.	42
Andréa Alves Peres, Letícia Benatto, Valéria Elias Silva	
Ministério da Saúde - Cigarro	42
Abner da Silva, Daniela dos Santos, Gustavo Lima.	
A Importância do Trabalho Voluntário	42
Aline Roberta Araújo, Lizandra Basso, Raquel Caetano, Thais Roberta Furlan, Waleska Milazzotto	

Solidariedade com uma Dose de Responsabilidade	43
Jacqueline Aparecida Montrazi, Robson Alessandro Dias de Souza, Vander Jorge Gasque	
Cachaça Sagatiba	43
Eder Teixeira de Oliveira, José Domingos Cardoso de Oliveira, Santiago Martins	
Responsabilidade Social em Foco	43
Juliana Sanches, Kallina Pereira da Silva, Rosineide Soares de Carvalho	
A inserção da Responsabilidade Social nas empresas	44
Carolina de Arruda, Jacqueline Santanna Alves, Juliana Trindade Fernandes	
Celular Nokia	44
Fernanda Pires de Santana, Katyusia Meurer Rodrigues, Talita Aparecida de Carvalho	
Horta Comunitária	44
Alex R. R. Silva, Gustavo Lahr Sacilotto, Marcelo Durante, Marcelo Guidolin	
Reciclagem: economia consciente	45
Everton Baldin, Neire Bernaque, Osires Silva Barbosa	
O Desenvolvimento Sustentável apoiado em uma Estratégia de Consciência Ecológica. Estudo de caso: Caterpillar Brasil Ltda.	45
Amanda de Menezes, Francine Rossatto, Gisele Campos Mariano, Miriane Vieira de Souza	
Cartão de Crédito Credicard	45
Felipe Atílio, Fernando Rodrigues, Luis Gustavo Pressutto, Ricardo Matsushita	
A Relação das Empresas com o Meio Ambiente	47
Alessandro Ricardo Ferreira, Bruno Guilherme Petraccone, Márcio José Varella, Edson Duque de Castro, Vivian Diadamo	
Responsabilidade Social e as Comunidades	47
Edison da Silva Gonçalves, Yetty Francini Ricardo	
A Relação Ética da Empresa com a Comunidade	47
Karina de Lião, Mariana Miente Ambo, Renata dos Santos, Thalita Faé Giannetti	
A Relação Ética da Empresa com o Meio Ambiente	49
Dionizio Zulian, Cleber Listério, Rafael Marques, Mauricio Sartori, Vagner Lourenço	

Responsabilidade Social das Empresas em relação aos Clientes	49
Laura Eugénia Simão da Costa, Neuzeli Mouro Paina Martins, Raquel Sacilotto	
A Responsabilidade Social e a Comunicação Interna	49
Adriano Fernando Cangussu, Valéria Cristina Rodrigues Matheus	
Sobre o Curso de Administração	50
Flavio César Rossi	
Biscalchin Editor	52

Apresentação

A II Mostra de Responsabilidade Social 2005, realizada pelo curso de Administração, do Centro Universitário Salesiano de São Paulo – unidade de Americana, demonstra o olhar atento sobre uma realidade em constante mudança e que cobra posturas cada vez mais audaciosas no sentido de atender a uma multiplicidade de fatores que se interpõem constantemente.

A formação técnica profissional é uma exigência clara do mercado, bem como, uma formação ética e humana que possa orientar as ações dos profissionais nas mais diferentes áreas.

Neste sentido, uma 2ª edição da Mostra de Responsabilidade Social não poderia ser mais atual, uma vez que seu principal objetivo é 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 II Mostra está estruturada a partir de três 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. 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, valorizando e incentivando a prática da responsabilidade social.

Flavio César Rossi

Fabio Camilo Biscalchin

Cássio Donizete Marques

Nancy Tereza Horschütz

Provocação de Abertura

Fabio Camilo Biscalchin

Cenários e Personagens

A Responsabilidade Social chegou para ficar. Mas junto com sua chegada detectamos a presença de um fator sempre presente em meio às novidades que se fazem necessárias e indispensáveis, o fator 'atuação'.

Explico! Escutamos sempre falar no meio organizacional e empresarial, como em muitos outros meios, que precisamos sempre estar atentos aos cenários que se constroem na sociedade para uma melhor adequação das organizações/empresas junto a estes cenários. Afinal se as organizações/empresas não se adequarem bem a estas novas configurações dos cenários, elas perdem sua visibilidade. E mais, quem geralmente coordena estas mudanças cenográficas, isto é, de cenários, é 'aquele' que chamamos de 'Mercado', o famoso mercado, que assusta as crianças e muito mais os que se dizem adultos, impotentes perante sua força.

Mas onde se encontra o problema nestas constatações acima?

Simple. O cenário que orienta as posições assumidas pelas organizações/empresas, o cenário social onde se localiza a empresa lembra literalmente os cenários dos filmes, dos teatros, dos espetáculos em geral. Ora, se estamos inseridos em um cenário deveríamos pensar que alguém deve ser o personagem, e neste caso o personagem é a organização/empresa. Ser personagem significa assumir um papel estabelecido por alguém para a atuação. Se assumirmos um papel para atuarmos, nos tornamos protagonistas de algo que devemos atuar. Se devermos atuar segundo um roteiro já estabelecido, perdemos nossa criatividade e nos tornamos meros repetidores de um script. Tornamo-nos 'papagaios burros', repetidores do estabelecido.

Mas quem constrói o roteiro para atuação dos personagens dentro do cenário? O 'mercado', algo impessoal, que não conhece pessoas e muito menos ações que visam o 'bem comum'. O 'mercado' tem um script cruel, competitivo e destruidor de vidas. E as organizações/empresas ao assumirem seus personagens dentro deste roteiro estão aceitando que 'nada podem fazer para mudar o script', afinal elas estão apenas atuando segundo o roteiro, elas são apenas 'papagaios burros' que decoraram sua fala na peça.

O roteiro agora diz que o cenário social exige que as organizações/empresas estejam comprometidas com a sociedade, assim sendo, começamos a observar o crescente movimento destas para um novo posicionamento de suas ações frente aos clientes, aos colaboradores, a comunidade, ao meio ambiente entre outros. Mas se elas estão cumprindo o script seria possível afirmar que elas estão fazendo responsabilidade social? Ou será que apenas podemos constatar que algumas estão fazendo ou uma medíocre, ou uma mediana ou uma boa 'atuação'?

de seu personagem que solicita agora um compromisso social? Não há 'verdade' nesta história, mas sim muitas 'mentiras' mal ou bem contadas, dependendo da atuação de cada organização/empresa.

Ora, se as organizações/empresas aceitaram seus personagens e, por isso, estão atuando, automaticamente observamos que as pessoas que compõem os seus quadros logo aprendem a atuar também. E pior, logo aprendem que apenas basta 'repetir burramente' aquilo que foi determinado pelo roteiro elaborado pelo 'mercado'. Desta maneira, nossa esperança de uma sociedade mais justa e igualitária não passa de uma ilusão, afinal os espetáculos sempre nos proporcionam más ou boas ilusões.

**GRUPOS DE TRABALHO
ALUNOS**

04/10/2005

TERÇA-FEIRA

das 19h30 às 20h50

LOCAL: Sala 01 (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 04/10/2005 (Terça-feira) - 19h30 às 20h50

MODERADOR: Prof. Jarbas Martins

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM FATOR DE SOBREVIVÊNCIA DA EMPRESA

AUTORES: Camila Franco Blanez, Silvana Fabro, Simone Maria do Amaral

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSORA ORIENTADORA: Denyse Fonseca Prada

RESUMO: O presente estudo trata da questão da Responsabilidade Social e das formas pelas quais sua adoção transforma a gestão das empresas, muitas vezes, colocando-as à frente da concorrência em função da projeção de uma imagem positiva e da reversão das práticas em benefícios quantitativos e qualitativos.

Inicialmente, a pesquisa expõe conceitos de Responsabilidade Social e Ética. Num segundo momento, a proposta é abordar modelos de gestão concebidos sob a égide dos desafios da atualidade e do foco na Responsabilidade Social.

PALAVRAS-CHAVE: Modelos de gestão; Sustentabilidade e credibilidade nos negócios; Competitividade.

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO VANTAGEM COMPETITIVA

AUTORA: Kamila Cristina Gaino

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSOR ORIENTADOR: Fábio Camilo Biscalchin

RESUMO: Atualmente, a Responsabilidade Social (RS) vem ocupando um lugar considerável no planejamento estratégico das empresas. Isso pela demanda de consumidores socialmente preocupados, mas sem tempo para se ocupar ativamente de algum projeto que o torne um cidadão responsável. Desta forma, a RS é vista hoje como vantagem competitiva e tem encontrado muitos adeptos a essa tendência.

PALAVRAS-CHAVE: Vantagem Competitiva; Consumidor Cidadão; Lucros.

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL, MARKETING E A IMAGEM DA EMPRESA

AUTORA: Inês Lima Rezende

Formada em Administração de Empresas e Negócios, concluindo curso de Pós- graduação lato sensu em Administração de Marketing pelo Centro Universitário Salesiano de São Paulo - Americana.

RESUMO: Com a fragilização das Instituições como Governo, Forças Armadas e Igreja e a proeminência de uma crise social, as empresas começam a assumir responsabilidades sociais por meio da adoção de causas sociais de interesse da comunidade buscando o desenvolvimento e a sustentabilidade resultando no reconhecimento dos clientes, aumento das intenções de compra e valorização das marcas utilizando a ferramenta de Marketing Social.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing Social; Necessidades dos consumidores; Adoção de causas sociais.

TÍTULO: USEFASHION (Site de assinatura para dúvidas de moda)

AUTORES: Ana Carolina Dias Monteiro, Celise Rey Monte, Karmell Daniel Martins, Milleide Gonsalves

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: A propaganda escolhida possui o slogan “A Moda Mata”, e a empresa UseFashion faz uso de uma campanha com imagens de pessoas ‘mortas’. A propaganda apela tanto no uso de imagens, como no texto. Ao reformular a peça, optamos por criar um slogan simples: “Moda é Cultura” que em conjunto com a imagem, referencia a própria cultura está ali representada, com seus costumes e tradições próprios.

PALAVRAS-CHAVE: Moda, Cultura, Exclusão.

LOCAL: Sala 02 (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 04/10/2005 (Terça-feira) - 19h30 às 20h50h

MODERADOR: Prof. João Carlos Caselli Messias

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E CONDUTA ÉTICA NO AMBIENTE DE NEGÓCIOS DA ATUALIDADE

AUTORES: Carlos Antonio de Paula Junior, Eliandro Rogelio de Almeida, Rafael Edivaldo Campos Pavam, Welton Oliveira

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSORA ORIENTADORA: Denyse Fonseca Prada

RESUMO: Este artigo visa discutir a responsabilidade social aplicada atualmente pelas empresas e sua relação com a sociedade, analisando se a atitude das empresas é realmente o compromisso com o desenvolvimento da sociedade ou se estamos diante de uma tendência de mercado que busca aplicar a responsabilidade social para fazer o marketing social, atender os clientes mais exigentes e normas de qualidade, analisando sua relação no clima ético organizacional das empresas.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, Compromisso, Sociedade, Tendência de mercado.

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL X MARKETING, INVERSÃO DE VALORES?

Proposta: Responsabilidade Social e Marketing: repensando valores

AUTORES: Adriane Rodrigues Silva, Cristiane Aparecida Bischof, Leandra Aguiar Bortolazzo, Rita de Cássia Breda Sêga

ADMINISTRAÇÃO 4º B

RESUMO: O artigo abordará o conceito de responsabilidade social e suas características, diferenciando de outros temas associados pela maioria das pessoas e empresas a este assunto como filantropia, marketing social e imposição da legislação. Neste conflito muitas empresas fazem do tema responsabilidade social um meio de serem reconhecidas como empresas éticas e responsáveis, permitindo o desvio da atenção do principal foco, que é a conscientização ambiental e de desigualdade social.

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

TÍTULO: VOCÊ TAMBÉM PODE FAZER PARTE

AUTORES: Alessandro Ricardo Prata, Éderson Fernando Rodrigues, Eduardo Feltrin, Joseane Bueno de Oliveira, Marco Aurélio Zampieri

ADMINISTRAÇÃO 4º C

RESUMO: Hoje, uma das maiores preocupações das empresas é com o meio ambiente e com a qualidade de vida de sua região. Por isso criou-se a Ripasa Cidadã com o objetivo de realização de atividades de caráter social, predominantemente nas áreas de meio ambiente, educação e cultura.

Você está preocupado com seu meio ambiente, educação e cultura do país? Então você pode fazer parte do nosso time de voluntários, basta apenas que você tenha disposição a doar trabalho, talento e prazer em ajudar a favor da comunidade ou de causas válidas. Desde estudante ao doutor, todos podem participar de ações voluntárias.

PALAVRAS-CHAVE: Meio ambiente; educação, cultura; voluntários.

TÍTULO: PROPAGANDA DA EMISSORA MTV PELO PRÊMIO RECEBIDO AO SER ELEITA A PREFERIDA PELO PÚBLICO JOVEM PELA REVISTA PROPAGANDA.

AUTORES: Bruna Martins, Francisco José Bortoni

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: Esta peça foi escolhida para desmontagem por conter um forte apelo preconceituoso, insinuando um pré-julgamento de pedofilia à uma pessoa pública sem conhecer a realidade ou a totalidade dos fatos. A peça que foi elaborada para celebrar o reconhecimento e a alta audiência pelo público jovem daquela emissora, na verdade tornou-se um veículo forte de divulgação de um exemplo negativo de preconceito sem nenhum apelo social positivo.

PALAVRAS-CHAVE: Pré-julgamento; Público jovem; Marketing social.

LOCAL: Sala 03 (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 04/10/2005 (Terça-feira) - 19h30 às 20h50

MODERADOR: Prof. Valdir Menutole

TÍTULO: IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO MEIO EMPRESARIAL

AUTORES: Aline Fernanda dos Santos, Denise R. Ronchim, Farisa Furlan, Maciel Benitz

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSORA ORIENTADORA: Vânia Cristiane Sula de Oliveira

RESUMO: Toda organização empresarial necessita inserir-se no contexto social e ambiental de onde extraem os recursos necessários à realização de suas atividades econômicas e ao realizar os seus serviços promovem mudanças sociais, econômicas, culturais e tecnológicas. Neste contexto, constitui a sua responsabilidade social a tomada de consciência da atuação e reflexo das suas atividades empresariais.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade social na empresa; Comunidade; Filantropia.

TÍTULO: NATUREZA, QUEM AMA CUIDA !!!

AUTORES: Camilla Nardini de Oliveira Roland, Lillian Carla Straiotto, Ricardo Costa
ADMINISTRAÇÃO 4º B

PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi

RESUMO: O artigo aborda a relação da indústria de cosméticos Natura junto às comunidades locais de seus pólos de extração vegetal, mostrando que a responsabilidade social, mais do que uma ação, deve ser um estilo de vida para todas as organizações.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social; Ética; Meio Ambiente.

TÍTULO: BANCO DO BRASIL - OUROCARD PLATINUM

AUTORES: Carolina Carraro Jonet, Edson Teixeira, Ítalo Brum, Queila Seriano
COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: No caso da primeira peça, mostra-se uma mensagem implícita, a ligação do conceito conquistar através do produto, através do financeiro. Diante da questão identificada, pode-se afirmar que não é preciso haver necessariamente ligação entre o cartão a e conquista de uma pessoa, se baseando apenas no conceito material.

Essa nova proposta teve como aspecto de mudança a relação da conquista, apresentando de maneira ética-social uma nova forma de conquista que o cartão pode oferecer, saindo do prospecto de que uma pessoa pode ser comprada através do cartão, reduzindo sua imagem a um produto a ser vendido. Sendo assim, a nova proposta apresenta a conquista de poder adquirir conhecimento e cultura de lugares diferentes.

PALAVRAS CHAVES: Conquista; Ética; Cultura.

LOCAL: Auditório Azul (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 04/10/2005 (Terça-feira) - 19h30 às 20h50

MODERADOR: Prof. Sérgio Luís Cabrini

TÍTULO: CAPACITAÇÃO DE ENTIDADES SOCIAIS

AUTORES: Carla Christiano, Elaine Pellisson, Luciane Pascotti, Pâmela S. Rigonato, Rianne Zanetti

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSOR ORIENTADOR: Valdir Menutole

RESUMO: A Transportadora Americana, em parceira com a AD&Cont Júnior (do Unisal - Unidade Americana), iniciou o projeto "Capacitação de Entidades Sociais" a fim de dar todo o suporte e apoio necessário através de palestras e cursos, pois assim, estas entidades podem ter uma noção mais ampla de como organizar, planejar, dirigir e controlar este tipo de negócio, e periodicamente os alunos que integram o time da AD&Cont Júnior visitam essas entidades com o objetivo de acompanhá-las em suas decisões.

PALAVRAS-CHAVE: Parceria; Capacitação; Acompanhamento.

TÍTULO: EMPRESA JUNIOR UMA LIÇÃO DE CIDADANIA

AUTORES: Carolina Gabriela Bodemeier, Danieli Fernanda Cruz Siqueira, Flavia Rossi Furlan, Luciana Ribeiro

ADMINISTRAÇÃO 4º B

RESUMO: A proposta do artigo é mostrar a importância da ação social desenvolvida pela Empresa Junior junto à comunidade em que está inserida.

Através da Empresa Junior, as entidades passam por reestruturação nos aspectos financeiros e de planejamento, desenvolvendo uma melhor forma de utilizar os recursos captados. E por outro lado, este programa desenvolve nos alunos a consciência da importância do seu papel como cidadão na sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Comunidade; Ação Social; Cidadania.

TÍTULO: RELAÇÕES COMUNITÁRIAS: IBM E O PROJETO E-VOLUNTÁRIOS

AUTORES: Karina Sacilotto Tozzo, Marcelo Andreli, Mereney A.S.M. Campos, Tiago Augusto Menzote

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSORA ORIENTADORA: Vânia Cristiane Sula de Oliveira

RESUMO: Os projetos sociais da IBM apoiam no mundo inteiro iniciativas que beneficiam comunidades, através da doação de tecnologia, serviços, tempo e talento de seus funcionários. Dentre estes projetos, focaremos a ação social na área de voluntariado, que reúne a maioria dos programas de responsabilidade social da empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Comunidade; Voluntário; Solidariedade.

TÍTULO: SINITRON (EMPRESA GRUPO MEGGATON)

AUTORES: Georges Lambstein, Thaise Rodrigues, Thiago Prezzotto Aranha

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º B

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: A peça original faz uma comparação apelativa e preconceituosa da máquina com os seios de uma mulher dizendo que somente através do corpo, a mulher pode mudar a sua vida. Em nossa peça fizemos uma comparação tirando o preconceito e a apelação colocando algo que contribui para a sociedade, no caso a reciclagem mostrando que ela é uma transformação e realmente pode mudar a vida, assim como a máquina.

PALAVRAS-CHAVE: Transformação; Reciclagem; Responsabilidade.

LOCAL: Auditório Verde (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 04/10/2005 (Terça-feira) - 19h30 às 20h50

MODERADOR: Prof. Geraldo Vitório Biaggi

TÍTULO: CONTAMINAÇÃO DO SOLO: UMA QUESTÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

AUTORES: Ademilson Betim, Aline Fernanda Bosso, Lillian Renata M. Carmo, Maria Estela Macedo, Maria Ester N. Freitas

ADMINISTRAÇÃO 4º A

RESUMO: Projetos de conscientização estão sendo realizados nas empresas e na comunidade com o objetivo de defender o equilíbrio do planeta e alertar para os perigos da exploração irracional dos recursos naturais. Dentre as diversas degradações ocorrentes pela falta de responsabilidade social, consideramos importante enfatizar e alertar sobre a degradação do solo e um dos seus principais fenômenos: a contaminação.

PALAVRAS-CHAVE: Contaminação do solo; Equilíbrio ecológico; Responsabilidade social.

TÍTULO: RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS COM O MEIO AMBIENTE.

AUTORES: Andreza Corrêa, Leila Regina de Oliveira, Marcio José de Barros, Ricardo Alves Pereira

ADMINISTRAÇÃO 4º B

RESUMO: Consumo Sustentável significa saber usar os recursos naturais para satisfazer as nossas necessidades, sem comprometer as necessidades e aspirações das gerações futuras. A imensidão do nosso planeta fez, e ainda faz, muita gente pensar que todos os recursos naturais seriam inesgotáveis. Engano. Um grande engano. Se não abirmos os olhos e ficarmos bem atentos às nossas atitudes, poderemos passar por sérias e graves dificuldades e ainda comprometer a sobrevivência das gerações futuras.

PALAVRAS-CHAVE: Qualidade de vida; Consumo Sustentável; Continuidade.

TÍTULO: A IMPORTÂNCIA DA PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE (BOSCH)

AUTORES: Andressa Reami da Silva, Cira Carolina dos Santos, Cleverson Morais, Daniela Giordano

ADMINISTRAÇÃO 4º C

RESUMO: O sistema de gestão integrado da Bosch tem por objetivo a avaliação dos processos produtivos visando, em conjunto com a satisfação de clientes, assegurar a saúde e segurança no trabalho, à compatibilidade ambiental.

A empresa integra as questões de meio ambiente, segurança e saúde ocupacional, ajudando a acelerar seus negócios com redução de custos através do uso racional de recursos.

PALAVRAS-CHAVE: Compatibilidade ambiental; Uso racional de recursos; Avaliação dos processos produtivos.

TÍTULO: CAMPANHA INSTITUCIONAL PARA USO DA CAMISINHA

AUTORES: Flávia Borges de Oliveira, Lívia Scantamburlo, Paula Daiane Rampi, Priscila Fernanda Pasqualino

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º B

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: Trabalhamos com base numa campanha institucional, a qual incentiva o uso da camisinha, mas com imagens fortes e apelativas. Por isso, criamos uma "nova campanha" sem apelação, para que as pessoas reflitam sobre o assunto e tenham consciência da importância do uso da camisinha.

PALAVRAS-CHAVE: Sexo; Camisinha; Consciência.

GRUPOS DE TRABALHO
ALUNOS

04/10/2005

TERÇA-FEIRA

das 21h10 às 22h30

LOCAL: Sala 01 (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 04/10/2005 (Terça-feira) - 21h10 às 22h30

MODERADOR: Prof^ª. Denyse Fonseca Prada

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E VOLUNTARIADO

AUTORES: Aline Lenhare, Douglas Meneghel Silveira, Edson Ronaldo Aizza, Marinês Martins

ADMINISTRAÇÃO 4º B

RESUMO: O trabalho voluntário está mais organizado, seja através de ações individuais ou coletivas. O voluntário cada vez mais recebe estímulo para desenvolver uma atividade em prol de alguma instituição ou projetos sociais e ambientais, entre outros. A Ripasa, por meio do núcleo Ripasa Cidadã, apóia o Projeto Hospitalhaços, uma atividade que busca contribuir para a recuperação mais rápida dos pacientes em processo de internação hospitalar e, ao mesmo tempo, propiciar a descontração dos familiares e acompanhantes.

PALAVRAS-CHAVE: Humanização; Voluntariado; Ação social.

TÍTULO: O MC DIA FELIZ E A RESPONSABILIDADE SOCIAL

AUTORES: Cristiane F. Fuzati, Débora C. V. Camargo, Eliana Bianchin

ADMINISTRAÇÃO 4º C

RESUMO: O artigo desenvolvido aborda sobre a prática do voluntariado através da Responsabilidade Social da empresa MC DONALDS. Busca despertar no leitor qual a importância de ajudar em campanhas promovidas pela empresa, destinando parte de sua receita às instituições que auxiliam no tratamento de crianças e adolescentes portadoras de câncer.

PALAVRAS-CHAVE: Voluntariado; Comunidade; Bem-estar social.

TÍTULO: SUCO CAMP LIGHT

AUTORES: Antonio Fernando de Oliveira Junior, Felipe Formentini Leitão, Roberto Magossi, Robson Espósito

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

O nosso projeto Interdisciplinar teve como base a propaganda do SUCO CAMP LIGHT, e definimos que a mesma era uma publicidade antiética e apelativa, pelo fato de difamar e denegrir a imagem das pessoas obesas. Com base nas matérias do curso, tentamos reconstruir uma propaganda nova, sem difamar a imagem de qualquer pessoa, sendo ela obesa ou não. A nova propaganda, reconstruída pelo grupo, evidencia o sabor da fruta, mesmo o suco sendo light.

PALAVRAS-CHAVE: Ética; Propaganda; Reconstrução

LOCAL: Sala 02 (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 04/10/2005 (Terça-feira) - 21h10 às 22h30h

MODERADOR: Prof. Flávio César Rossi

TÍTULO: PRESERVAÇÃO DA ÁGUA: UMA RESPONSABILIDADE DE TODOS

AUTOR: Davi Luciano Francescon, Emerson Santana Fagionato, Fabiana Cássia de Souza, Tatiane Guiroto Ramires da Silveira

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSOR ORIENTADOR: Fábio Camilo Biscalchin

RESUMO: Hoje vivenciamos uma guerra invisível, a guerra da água. Cada dia que passa, o mundo tem menos água doce limpa, tão primordial para garantir nossa sobrevivência e os maiores poluidores e consumidores de água são nada mais nada menos que nós mesmos. Para não deixarmos este ouro cristalino que nos foi dado pela natureza desaparecer de vez, devemos nos conscientizar, rever nossos conceitos e hábitos e, acima de tudo, tomar o problema para nós, pois somente nós conseguiremos reverter esta situação.

PALAVRAS-CHAVE: Conscientização; Crise da água; Guerra invisível; Reuso da água.

TÍTULO: A VIDA DEPENDE DA ÁGUA

AUTORES: Cristina Aparecida de Souza, Jordana Rodeli P. Silva, Sirlene Aparecida da Silva

ADMINISTRAÇÃO 4º C

RESUMO: Atualmente, a água vem se tornando cada vez mais escassa à medida que a população mundial aumenta. Assegurar a quantidade de água necessária não basta, é preciso manter a qualidade da água. Para tanto, faz-se necessário à preservação dos mananciais. Tornou-se uma necessidade de conscientização da preservação, caso contrário, a raça humana estará condenada à extinção.

PALAVRAS-CHAVE: Conscientização; Preservação; Riqueza de valor incalculável.

TÍTULO: CITRÖEN C3 OCIMAR VERSOLATO

AUTORES: Aline Carla Rocha da Silva Viana, Janaina de Freitas Branco, Leandro Frezzarin, Thiago Leandro Sabaini

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: A peça escolhida mostra um carro que é tido como "objeto" de auto-estilo, luxuoso e direcionado a pessoas que possuem dinheiro. Demonstra-se apelativa, por dar a idéia de ser um cartão de visitas do indivíduo e não simplesmente um carro. Redirecionamos a peça para um eixo mais suave, tentando livrá-la das apelações, por acreditarmos não ser necessário usar o corpo como atrativo de uma peça publicitária, seja ela qual for.

PALAVRAS-CHAVE: Atitude; Status; Glamour.

TÍTULO: JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO - ESTADÃO

AUTORES: Celina Ap. dos Santos, Daiane S. Limeira, Kleber D. Forato, Ewerton P. dos Santos

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º B

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: A campanha original do Estadão mostra um ataque direto à Folha, citando o nome do jornal e fazendo insinuações que o concorrente está com inveja. A reconstruída passa a imagem de realização, de encontrar o que procura sem agressões, tentando transmitir com as imagens e textos os seus resultados.

PALAVRAS-CHAVE: Profissionalismo; Qualidade; Responsabilidade social; Ética.

LOCAL: Sala 03 (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 04/10/2005 (Terça-feira) - 21h10 às 22h30h

MODERADOR: Prof. Dárcio José Novo

TÍTULO: A FAMÍLIA E A RESPONSABILIDADE SOCIAL NA ESCOLA DE PAIS DO BRASIL

AUTORES: Catarina Sabaini, Fernanda Patrícia de Bessa, Mariana Ferreira Rodrigues, Paula Fernanda Pires dos Santos

ADMINISTRAÇÃO 4º B

PROFESSOR ORIENTADOR: Fábio Camilo Biscalchin

RESUMO: Com a correria do dia-a-dia, as pessoas estão pensando cada vez mais em si mesmas, preferindo muitas vezes seguirem caminhos individuais e se esquecendo de criar e constituir uma família. Com isso a família está cada vez mais desestruturada, não tendo um apoio para uma educação mais distinta. A Escola de Pais do Brasil é uma ONG e trabalha o desenvolvimento dos pais nas famílias, através de círculos de debates, palestras, e troca de experiências. É com isso que acreditamos que a família pode tomar um novo rumo e assim, melhorar o país cada vez mais.

PALAVRAS-CHAVE: Família; Responsabilidade Social; Escola de Pais do Brasil; desestruturação.

TÍTULO: MERCADO DE TRABALHO E O PROFISSIONAL HOMOSSEXUAL

AUTORES: Adriana Teslenco Coelho, Milene Fratini, Rita de Cássia da Silva

ADMINISTRAÇÃO 4º C

RESUMO: Este artigo trata de um assunto bastante atual e importante: a realidade vivida pelos profissionais homossexuais no ambiente de trabalho. Aborda casos de empresas que agem com responsabilidade social, tratando de igual para igual todos seus funcionários, dando aos homossexuais o mesmo tratamento e os mesmos direitos que dão aos que não têm esta orientação sexual. Aborda, também, casos contrários a estes, ou seja, empresas que em pleno século XXI ainda agem preconceituosamente diante desta realidade.

PALAVRAS-CHAVE: Homossexualidade; Ética; Respeito.

TÍTULO: MELISSA**AUTORES: Polyana Menezes Junqueira, Thonny Richardy Piassa****COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A****PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis**

RESUMO: Baseado nos conceitos éticos de uma peça publicitária, encontra no anúncio da Melissa pontos muito chamativos e bastante discutidos na sociedade, que é o racismo e humanização robótica. Ao reconstruirmos a peça, demos ênfase ao material que a sandália Melissa é produzida: o plástico, que é um componente reciclável. Aproveitando este link, foi criado um evento de Moda Reciclada, que a Melissa apóia. O slogan "Reciclando a moda" é a releitura da marca Melissa que em toda sua trajetória vem criando novos conceitos de moda, mas que também se preocupa com o meio ambiente, e incentiva seu público a pensar na reciclagem e participar de eventos e apóiam esta causa.

PALAVRAS-CHAVE: Preconceito racial, Moda, Reciclagem.

TÍTULO: REVISTA FEMININA (ABOUT)**AUTORES: Simone Ribeiro, Taise Santana, Amilton Cestari, Ronaldo Basso****COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º B****PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis**

RESUMO: Este nosso trabalho interdisciplinar, procurou atingir o objetivo proposto: reunir as matérias do curso para analisar uma propaganda, a qual achamos de alguma forma ser apelativa. O nosso objetivo foi reconstruir a nova propaganda e, de alguma forma, fosse benéfica para nossa sociedade, e usamos um modelo de cultura e arte, a pintura de Monalisa, de Leonardo da Vinci. Pois, além de ser uma mulher, a propaganda que escolhemos é uma revista destinada ao público feminino, e com base nisso trabalhamos uma nova propaganda, de cara limpa e sem preconceitos.

PALAVRAS-CHAVE: Revista; Preconceito; Feminina

LOCAL: Auditório Azul (Câmpus Maria Auxiliadora)**DIA: 04/10/2005 (Terça-feira) - 21h10 às 22h30****MODERADOR: Prof. João Carlos Caselli Messias****TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL X MAXIMIZAÇÃO DOS LUCROS****AUTORES: Henrique Alves dos Santos, Paulo Humberto da Silva, Regiani Cristina Folster****ADMINISTRAÇÃO 4º A**

RESUMO: Todo dia recebemos inúmeras notícias de que mais e mais empresas estão se comprometendo "socialmente" com seus funcionários. Infelizmente temos a certeza de que na grande maioria dos casos isso não passa de uma "jogada de marketing" das empresas a fim de ganhar ou apenas se manter no mercado. Neste artigo busca-se levantar questões como: Até onde vai a verdadeira responsabilidade das empresas com seus funcionários?

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social; Ética; Sociedade

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL: VERDADES E MITOS**AUTORES:** Carla Goss Pereira, Daniela Lourenço, Elzie Bonifácio Rosalen**ADMINISTRAÇÃO 4º B**

RESUMO: Esse artigo leva-nos a refletir sobre o real significado de Responsabilidade Social, de forma a sermos capazes de constatar que boa parte das empresas que "pregam" proteção à integridade dos meios físico e biótico só o faz para estarem em conformidade com suas obrigações ambientais. Ou seja, é uma adequação a uma lei, e através da mídia tentam nos alienar, pois acreditamos que são empresas preocupadas e antecipadas ao futuro.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social; Utopia; Realidade; Discernimento.

TÍTULO: AS DIFERENTES FORMAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NUMA INSTITUIÇÃO BANCÁRIA**AUTORES:** Diélson Antonio Feliciano, João Rafael Tomazi, Marcus Vinicius Zapella, Newton Bueno Junior**ADMINISTRAÇÃO 4º C**

RESUMO: O artigo aborda as diversas formas como uma organização aplica as práticas de responsabilidade social, tendo como exemplo uma reconhecida instituição financeira brasileira, enaltecendo pontos como sustentabilidade, diversidade e produtos de um banco que se enquadram nos critérios do referido tema.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social; Crescimento; Desenvolvimento Sustentável.

TÍTULO: CURATIVOS NEXCARE TATOO**AUTORES:** Raphaela dos S. F de Barros, Sauane Santos, Gislaíne da Silva**COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A****PROFESSORES ORIENTADORES:** Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: A agência Eventurine escolheu a peça publicitária criada para a empresa 3M do Brasil, publicada pela revista Veja Teen em outubro de 1999, que expõe o produto Nexcare Tatoo.

Nossa intenção nessa propaganda reformulada é passar para criança uma visão de que o nosso produto é um curativo com desenhos infantis, e não uma tatuagem. Por isso, mudamos a frase para tirar o impacto que ela causava.

PALAVRAS-CHAVE: Impacto, Reflexão, Comunicação.

LOCAL: Auditório Verde (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 04/10/2005 (Terça-feira) - 21h10 às 22h30

MODERADOR: Prof. Jaime Augusto de Campos

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL NOS PEQUENOS MOVIMENTOS INDIVIDUAIS OU COMUNITÁRIOS

AUTORES: Edleusa Maria da Silva, Luciene Barbosa, Marco Antonio Fuzari de Souza, Monike Motta Del'Antonio, Renata Nazário de Biagi

ADMINISTRAÇÃO 4º B

PROFESSORA ORIENTADORA: Vânia Cristiane Sula de Oliveira

RESUMO: Atualmente, as desigualdades econômica, social e cultural da maioria dos brasileiros fazem com que cada vez mais a comunidade carente fique à margem da sociedade. Uma das formas de reverter esse quadro é a partir dos pequenos movimentos individuais ou comunitários. É necessário que aconteça uma conscientização por parte da comunidade para que através do trabalho coletivo é possível fazer a diferença, mesmo que estas, sejam pequenas ações.

PALAVRAS-CHAVE: Atitudes; Diferenças; Mudanças.

TÍTULO: PROGRAMA PRIMEIRO EMPREGO

AUTORES: Raquel de Oliveira, Patrícia Assis da Silveira, Thaís Helena Cavechioli, Willian Aparecido Osmaré

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSORA ORIENTADORA: Denyse Fonseca Prada

RESUMO: O objetivo do programa primeiro emprego, que integra a política de desenvolvimento econômico e social do governo, é proporcionar a geração de empregos aos jovens entre 16 a 24 anos em situação de desemprego, integrantes de família com renda mensal de meio salário mínimo e que estejam cursando nível fundamental ou médio, ou que já tenham concluído.

PALAVRAS-CHAVE: Geração de empregos; Desenvolvimento; Economia; Parceria; Empresa; Governo.

TÍTULO: CAMPANHA DA LINHA BOZZANO PROTECTION

AUTORES: Patrícia F. Guimarães, Tatiane P. Dellapiazza, Vicente Paulo da Silva Jr., Welson Danilo Salati

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: A publicidade da nova linha Bozzano Protection foi desenvolvida sob uma visão machista e "agressiva". Com essa análise, decidimos reconstruir a propagada de uma forma ética, que agregasse algum valor social a esta, e que atingisse o objetivo da propaganda, vender o produto. Pretendemos passar a idéia de que seus atos refletem o futuro, ou seja, nossas ações servirão de exemplo para outras pessoas, neste caso o filho, que cresce tendo o pai como referência.

PALAVRAS-CHAVE: Universo feminino; Visão; Conceito.

GRUPOS DE TRABALHO
ALUNOS

06/10/2005

QUINTA-FEIRA

das 19h30 às 20h50

LOCAL: Sala 01 (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 06/10/2005 (Quinta-feira) - 19h30 às 20h50

MODERADOR: Prof. Jarbas Martins

TÍTULO: RECICLAGEM DE PNEUS: AS DIVERSAS MANEIRAS DE UTILIZAR ESSE INSUMO PRESERVANDO A NATUREZA

AUTORES: Anéias Alves de Lima, Carla Valéria Menezes, Regiane Cristina Valério, Rosana Barbosa da Silva Sá, Rosana Cristina Ardito, Vanessa Scarabelli Araújo

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSOR ORIENTADOR: Sérgio Luís Cabrini

RESUMO: As empresas fabricantes de pneus, cada vez mais preocupadas com a preservação da natureza, encontraram uma maneira de transformar os pneus usados em matéria-prima para outros segmentos de mercado. Este artigo abordará os principais meios de reutilização deste insumo, conscientizando as indústrias a adotar esta prática constantemente, evidenciando o comprometimento com o meio ambiente e, conseqüentemente, incentivando a ação da responsabilidade social.

PALAVRAS-CHAVE: Conscientização; Reciclagem; Preservação.

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E A INDÚSTRIA

AUTORES: Anderson Pestana, Eduardo Perrut, Everton Carvalho, Rafael da Rocha

ADMINISTRAÇÃO 4º B

RESUMO: O artigo tem como objetivo abordar a questão da responsabilidade social com o foco no meio ambiente, e demonstrar como pode ser aplicada através do estudo realizado na Pirelli Steel Cord, empresa que controla seus aspectos ambientais, como sistema de tratamento de água, coleta seletiva e reaproveitamento dos resíduos de corda por meio de reciclagem a fim de eliminar ou minimizar seu impacto ambiental.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social; Meio ambiente; Ética empresarial

TÍTULO: CONSCIENTIZAÇÃO OU APENAS OBRIGAÇÃO: AÇÕES VOLTADAS À PRESERVAÇÃO AMBIENTAL

AUTORES: André Zilli, Juliana Valencio de Oliveira, Márcio Antonio Mela, Vanderlei Calil Casseb Junior

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSOR ORIENTADOR: Fábio Camilo Biscalchin

RESUMO: O artigo abordará aspectos relevantes sobre o tema responsabilidade social e meio ambiente, contextualizando a contínua degradação do ecossistema e algumas medidas adotadas pelas empresas, dando enfoque aos conceitos do ISO 14000 e seus efeitos no negócio das organizações e na vida de seus colaboradores. O artigo visa uma reflexão sobre a conscientização da necessidade de preservação do meio ambiente.

PALAVRAS-CHAVE: Meio ambiente; ISO 14000; Conscientização.

TÍTULO: VIVO – CAMPANHA NATALINA**AUTORES:** Ana Paula Gonçalves, Quelis Zezieli Ferreira, Tatiane Erica Carlim**COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º B****PROFESSORES ORIENTADORES:** Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: A propaganda para o público informando que o Natal não existirá se a pessoas não adquirirem um dos aparelhos, pois a última frase destaca muito bem que não existe Natal sem vivo. Selecionamos esta propaganda para mudarmos a forma que ela aborda o público.

A peça reconstruída trabalha em conjunto com o natal, pois o Natal para as pessoas continua sendo uma grande festa de harmonia, confraternização, alegria e é isso que transmitimos com a nova propaganda da Vivo, que além de vendermos, mostramos que o celular pode aproximar você de pessoas distantes nesta época tão especial.

PALAVRAS-CHAVES: Natal; Fraternidade; Praticidade.

LOCAL: Sala 02 (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 06/10/2005 (Quinta-feira) - 19h30 às 20h50

MODERADOR: Prof. João Carlos Caselli Messias

TÍTULO: CONTRATAÇÃO E CAPACITAÇÃO DE PORTADORES DE NECESSIDADES ESPECIAIS**AUTORES:** Cleber Adriano de Oliveira, Rafael Amaral, Rodrigo Fernandes Coracin, Susana Cristina Faé**ADMINISTRAÇÃO 4º A**

RESUMO: Definir o que é Responsabilidade Social é um fato um pouco complicado, pois existem alguns tipos de RS. Mas, tomando como base o que realmente envolve esse tema podemos nos aprofundar no assunto e trazer a realidade de alguns projetos de comunidades e empresas que praticam a Responsabilidade Social. Neste artigo será apresentado o Programa de Contratação de Portadores de Deficiência das Indústrias Romi S. A., que contrata, capacita e desenvolve portadores de deficiência para atuar nos diversos setores da empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Portadores de Deficiência; Treinamento/Desenvolvimento; Parcerias.

TÍTULO: EMPREGO PARA PORTADORES DE DEFICIÊNCIA**AUTORES:** Carlos Eduardo Barbosa, Douglas Bertolin, Marcio Henrique Calabrez**ADMINISTRAÇÃO 4º C****PROFESSOR ORIENTADOR:** José Antonio Padoveze

RESUMO: Nunca se debateu tanto emprego e trabalho para portadores de deficiência física, visual, auditiva e mental como nestes últimos anos. Os direitos adquiridos por Lei fizeram com que as empresas abrissem suas portas e empregassem uma porcentagem do quadro total dos seus funcionários. É necessário verificar se realmente a Lei tem sido aplicada de forma concreta e se existe condições para que todos possam demonstrar sua a capacidade profissional.

PALAVRAS-CHAVE: Portador de Deficiência; Emprego; Lei.

TÍTULO: APRENDER A VIVER COM AS DIFERENÇAS**AUTORES:** Flavia Roberta Furlan, Luciana de Giacom**ADMINISTRAÇÃO 4º C**

RESUMO: O artigo se refere a um projeto de Responsabilidade Social da empresa Caterpillar Brasil, desenvolvido em parceria com a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) de Piracicaba. Trata-se de um programa que representa uma oportunidade de interação social para pessoas com deficiências mentais leves.

PALAVRAS-CHAVE: Parceria; Oportunidade; Interação social.

TÍTULO: HONDA CIVIC**AUTORES:** Karina Andressa Asevedo, Mariana Soto Silva, Natália de Castro Gallo**COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A****PROFESSORES ORIENTADORES:** Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: De acordo com o que foi proposto, a Agência Anexa escolheu a peça publicitária do veículo Honda Civic, que continha o slogan: "Entre para o seletor clube dos satisfeitos" ao qual atribuímos a responsabilidade da peça ser anti-ética, então buscamos, na reconstrução, mudarmos principalmente o slogan, que depois de modificado ficou: "A sua satisfação é nossa responsabilidade", que transfere a responsabilidade à Honda e não a deixa mais com o consumidor.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade; Função Social; Simplicidade.

LOCAL: Sala 03 (Câmpus Maria Auxiliadora)**DIA:** 06/10/2004 (Quinta-feira) - 19h30 às 20h50**MODERADOR:** Prof. Valdir Menutole**TÍTULO: A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO COMBATE AO DESMATAMENTO****AUTORES:** Márcia Andréia Normídio, Odair José dos Santos, Silmara Regina Donha**ADMINISTRAÇÃO 4º A****PROFESSOR ORIENTADOR:** Sérgio Luís Cabrini

RESUMO: Ouve-se e lê-se pelos veículos de comunicações, muitas notícias sobre agressões desordenadas do homem ao meio ambiente. Quais fatores ocasionam o desmatamento? Quais as conseqüências do desmatamento? Vários projetos funcionam combatendo o desmatamento e podemos constatar que a responsabilidade não é somente das empresas e do governo e sim de todos nós.

PALAVRAS-CHAVE: Desmatamento, Fatores, Conseqüências.

TÍTULO: PRESERVAR PARA DESFRUTAR!

AUTORES: Ana Paula Gabriel da Silva, Ana Paula Gavioli, Edgar Pelisson, Fernanda Garbellini, Tatiane Sueli Dore Pelisson

ADMINISTRAÇÃO 4º B

RESUMO: Neste artigo abordaremos a responsabilidade social da empresa E.M.S. Sigma Pharma com seus colaboradores e a comunidade onde atua, explorando a conscientização de que somos parte da natureza.

PALAVRAS-CHAVE: Ética; Compromisso; Conscientização.

TÍTULO: SISTEMA DE GERENCIAMENTO: SEGURANÇA, SAÚDE E MEIO AMBIENTE – POLYENKA

AUTORES: Aline Regina Badanai, Ricardo Gimenes, Robson Machado

ADMINISTRAÇÃO (4º C)

RESUMO: Neste artigo, abordaremos a parte teórica sobre o que é responsabilidade social aliada a ética e a importância do sistema de gerenciamento da saúde, segurança e meio ambiente empregados pela organização em benefício ao bem estar da comunidade e dos funcionários da empresa, relacionado com a melhoria constante da qualidade de vida e da interação organização X comunidade.

PALAVRAS-CHAVE: Meio Ambiente; Segurança; Saúde.

TÍTULO: HONDA CIVIC

AUTORES: Cibele Caldas, Claudionor Lopes, Natalia Amaral

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º B

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: Esta peça do carro Honda Civic, publicada na revista Veja, foi escolhida pelo grupo, pois a frase apresentada estava muito apelativa: Você pode até ter oportunidade melhor num carro qualquer, mas vai ter que andar num carro qualquer. Com isso, remontamos a peça, mostrando um pouco sobre os limites do trânsito e, claro, a beleza do Novo Honda Civic.

Palavras-chave: Carro; Trânsito.

LOCAL: Auditório Azul (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 06/10/2004 (Quinta-feira) - 19h30 às 20h50

MODERADOR: Prof. José Antonio Padoveze

TÍTULO: REUTILIZAÇÃO DA ÁGUA PLUVIAL.

AUTORES: Amanda Benetton, Amanda Franciele Pestana, Franciele Custódio de Oliveira, Mariana Cordeiro Assumpção, Mariely Canale Gandelin

ADMINISTRAÇÃO (4º A)

RESUMO: O nosso projeto tem como intuito discutir a responsabilidade social e o meio-ambiente, em evidência a água, um bem inestimável e imprescindível para a sobrevivência. O nosso projeto é baseado na reutilização da água pluvial (água de chuva) em atividades que não requeiram o uso de água potável, como nas lavagens das motos. É um método que tem como objetivo principal incentivar as empresas a investir na racionalização do uso da água, pensando no futuro do meio ambiente.

PALAVRAS-CHAVE: Reutilização; Água Pluvial; Racionalização.

TÍTULO: UMICORE: RESPONSABILIDADE NA UTILIZAÇÃO DA ÁGUA

AUTORES: Aparecido Sidney Zagheti, Keila Renata Artoni, Luciana Corrêa Ibiapino

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi

RESUMO: Nesse artigo, o leitor entenderá de uma maneira bem simples como é o processo de fabricação do catalisador automotivo fabricado pela empresa Umicore Brasil Ltda, localizada na cidade de Americana. Mostramos o trabalho de Responsabilidade Social que a empresa faz perante seus Colaboradores, a Comunidade e o Meio Ambiente dando ênfase à reutilização da água usada na linha de produção.

PALAVRAS-CHAVE: Fabricação de Catalisador Automotivo; Meio ambiente; Reutilização da Água.

TÍTULO: NOVO POLO SEDAN

AUTORES: Bruna Bastos, Érica Marinho, Tácia Carolina Giroto

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: A frase do novo Pólo Sedan "Melhore de vida, melhorando apenas de carro" está sendo associada de forma complementar a imagem de luxo e status, assim relacionando o consumo de um carro com ascensão de vida. Nossa nova campanha exibida "Faça história com o novo Pólo Sedan" está sugerindo que um carro, como o novo Pólo Sedan, pode fazer parte da sua história, assim contrapondo um carro moderno e confortável na sua história, sendo ela qual for.

PALAVRAS-CHAVE: Conforto; Qualidade; Confiança

LOCAL: Auditório Verde (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 06/10/2005 (Quinta-feira) - 19h30 às 20h50

MODERADOR: Prof. Leandro Azanha

TÍTULO: COLETA SELETIVA E RECICLAGEM DE MATERIAIS

AUTORES: Elisângela Regina Santana, Leonardo Padovani, Rodrigo Cavalheiro Rizziolli, Wilson de Souza Ribeiro

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSOR ORIENTADOR: Moacir Pereira

RESUMO: O artigo tem a finalidade de mostrar aos seus leitores a importância do tema Meio Ambiente, inserindo a idéia de Coleta Seletiva e Reciclagem de Materiais no cotidiano da sociedade. Associado a isso, demonstraremos o processo da logística reversa dos materiais, como também apresentaremos um case da aplicação desses conceitos no projeto desenvolvido pela Caterpillar Brasil Ltda.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social; Logística Reversa; Reciclagem de Materiais.

TÍTULO: COOPERATIVAS DE RECICLAGEM

AUTORES: Aldomiro Turco Filho, Alexandre Marques Severino, Ester Lopes de Oliveira, Oziel Maximiano da Silva Junior

ADMINISTRAÇÃO 4º B

RESUMO: A Ripasa fomenta a prática da coleta seletiva e valoriza cooperativas de reciclagem comprando aparas para reutilizar como matéria prima na fabricação de papel cartão. A participação da empresa neste processo colabora com 522 pessoas de forma direta e 2080 indiretamente, proporcionando a preservação do meio ambiente, e renda para as famílias que têm, no lixo renovável, sua oportunidade de integração social.

PALAVRAS-CHAVE: Cooperativas; Reciclagem; Renda

TÍTULO: BIO REDUX – EMPRESA: BRASMED

AUTORES: Angelita de Oliveira Ceccarelli, Clayton Alferes Moreira, Lilian Santachiara Caron, Meg Ester Damada

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: O anúncio escolhido para reconstrução refere-se ao produto Bio Redux, um auxiliar para redução de peso, da empresa Brasméd. A propaganda evidencia a falta de ética, sob a análise feita, no slogan, no depoimento e na fotografia utilizada. Buscamos com a reconstrução incluir um papel social na publicidade, sem ter que utilizar estereótipos ou qualquer texto que poderia vir a prejudicar o próprio consumidor, tornando o anúncio esclarecedor sem perder o papel principal, que é a venda do produto.

PALAVRAS-CHAVE: Bio Redux; Ética na publicidade; Redução de peso.

GRUPOS DE TRABALHO

ALUNOS

06/10/2005

QUINTA-FEIRA

das 21h10 às 22h30

LOCAL: Sala 01 (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 06/10/2005 (Quinta-feira) - 21h10 às 22h30h

MODERADOR: Prof. Lucas Frazão Silva

TÍTULO: FUNDAÇÃO BELGO

AUTORES: Eduardo Antônio Custódio, Gilberto Mateus de Souza Santos, Marcio Rodrigo Pinto, Renato Falcade, Renê Pires Laurentino, Rodrigo Tardelli

ADMINISTRAÇÃO 4º B

RESUMO: A Fundação Belgo acredita que investir na formação das novas gerações, promovendo a educação e a cultura, em suas diversas manifestações, proporciona o exercício da cidadania e estimula a inserção do indivíduo numa vida social produtiva.

PALAVRA CHAVE: Mudança; Consciência; Desenvolvimento.

TÍTULO: REABILITAÇÃO DE EX-PRESIDIÁRIOS E A UTILIZAÇÃO DESSA MÃO DE OBRA

AUTORES: Amanda Cristina de Mello, Ana Paula de Carvalho Miranda, Emanuel Flávio de Oliveira, Fernando Germani Lucas, Ivone da Silva Viana

ADMINISTRAÇÃO 4º C

RESUMO: A crescente desigualdade social traz à tona a necessidade de cuidados mais específicos com o mundo e com as pessoas. Nesse âmbito, algumas instituições abordam a necessidade de recolocar ex-presidiários no mercado de trabalho, bem como contar com os serviços dos mesmos dentro da penitenciária.

PALAVRAS-CHAVE: Recolocação; Ex-presidiários; Mercado de trabalho.

TÍTULO: FUNDAÇÃO ROMI: A BUSCA PELA EXCELÊNCIA NA EDUCAÇÃO

AUTORES: Carla Fernanda de Castro Roberto, Carla Renata Carvalho, Fabiana Cristina Forti

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSORA ORIENTADORA: Nancy Tereza Horschütz

RESUMO: Este artigo trata das atividades pertinentes à Responsabilidade Social desenvolvidas pela Fundação Romi. Visando um desenvolvimento educacional e cultural, a Fundação Romi aplica projetos que beneficiam crianças e adolescentes da rede pública de ensino, aprimorando seus conhecimentos e habilidades desenvolvendo suas potencialidades para que os torne cidadãos mais críticos e responsáveis no futuro.

PALAVRAS-CHAVE: Educação; Ensino; Cidadãos; Inclusão Social; Ética; Comunidade.

TÍTULO: HOSPITAL SANTA CASA DE MISERICÓRDIA SÃO PAULO

AUTORES: Diego Baroni Rompato, Fabio Roberto Ferreira, Gleidson Chagas Pestana, João Gabriel Richetti Pereira

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: A Peça publicada na revista Isto É Gente pela agência Young e Rubicam (Y&R) foi escolhida pelo fato de que a propaganda consiste em uma etiqueta do hospital costurada em um corpo, com a frase "Se seu corpo pudesse, escolheria o hospital pela marca", não foi considerada ética pelo grupo. Acreditamos que a imagem é agressiva e chocante para o leitor, e a frase reflete todo o capitalismo da sociedade julgando o corpo como mais um produto. Com a nova propaganda, foi passada ao leitor em forma de imagem toda a receptividade e carinho que o hospital proporciona aos seus pacientes. Estes dois sentimentos forma representados em forma de abraço e coração, imagem esta formada com aparelhos estetoscópios.

PALAVRAS-CHAVE: Ética; Respeito; Qualidade.

LOCAL: Sala 02 (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 06/10/2005 (Quinta-feira) - 21h10 às 22h30

MODERADOR: Prof. Flávio César Rossi

TÍTULO: QUALIDADE DE VIDA PARA A COMUNIDADE

AUTORES: Heliton Silvio Antonio Augusto, Íris Raquel Rodrigues, Vânia Paula Luiz Moreira

ADMINISTRAÇÃO 4º A

RESUMO: Este artigo aborda o tema de Qualidade de vida para a Comunidade através de Ação Social do Órgão Público. Entendemos que qualidade de vida começa com água encanada, rede de esgoto, e casa própria, a partir destas necessidades básicas a comunidade carente começa a ter esperanças e bem-estar.

PALAVRAS-CHAVE: Necessidades básicas de saneamento; Lazer; Saúde.

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E O MAL-ESTAR SOCIAL

AUTORA: Daniela Pereira Gomes **ADMINISTRAÇÃO 4º B**

RESUMO: Através deste artigo, abordaremos os principais valores que constituem a responsabilidade social no primeiro setor da pirâmide social, ou seja, o governo, com a ética como seu principal instrumento diretivo. Neste contexto, a responsabilidade social tornou-se a palavra do momento. Analisando o setor público, hoje tão visado e falado pelas diversas demonstrações públicas que caracterizam uma falta de ética nos procedimentos e comportamento dos governantes, vê-se uma necessidade urgente de aprimoramento dos processos de gestão e política social. Necessidade esta, decorrente do total descuido e abandono em relação às camadas sociais que dependem inteiramente desses dirigentes.

PALAVRAS-CHAVE: Estado; Sociedade; Descaso.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E RESPONSABILIDADE SOCIAL.**AUTORES:** Andréa Alves Peres, Letícia Benatto, Valéria Elias Silva**ADMINISTRAÇÃO (4º C)**

RESUMO: O Planejamento estratégico para a cidade de Piracicaba tem como objetivo diversos benefícios à comunidade. O trabalho, que conta com ajuda de voluntários, organizações e instituições governamentais e Ongs, surgiu com a idéia de um colaborador da Caterpillar do Brasil, que está a frente do projeto e utiliza o mesmo planejamento da administração da empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Planejamento; Voluntários; ONG; Empresa.

TÍTULO: MINISTÉRIO DA SAÚDE - CIGARRO**AUTOR:** Abner da Silva, Daniela dos Santos, Gustavo Lima**COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A****PROFESSORES ORIENTADORES:** Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: A campanha contra ao tabagismo do Ministério da Saúde utiliza de imagens impactantes como instrumento para fazer o fumante a parar de Fumar. Trata-se de uma linha desrespeitosa e apelativa. Elaboramos uma Campanha que fugisse um pouco do convencional, deixando de impor ao fumante a parar de fumar. Trabalhamos numa linhagem reflexiva e introspectiva, fazendo o fumante repensar seu vício.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social; Reflexão; Conscientização.

LOCAL: Sala 03 (Câmpus Maria Auxiliadora)**DIA:** 06/10/2005 (Quinta-feira) - 21h10 às 22h30h**MODERADOR:** Prof. Cássio Donizete Marques**TÍTULO: A IMPORTÂNCIA DO TRABALHO VOLUNTÁRIO****AUTORES:** Aline Roberta Araújo, Lizandra Basso, Raquel Caetano, Thais Roberta Furlan, Waleska Milazzotto**ADMINISTRAÇÃO 4º B****PROFESSOR ORIENTADOR:** José Antônio Padoveze

RESUMO: A Arvin Meritor acredita que é possível transformar as habilidades pessoais em forma de trabalho voluntário, podendo ajudar pessoas a superar seus limites e também compreendendo a importância desse trabalho tira-nos da posição de somente reclamar que o Governo não faz nada e nos coloca na posição de agente modificador da sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Trabalho voluntário, Comunidade; Ações sociais.

TÍTULO: SOLIDARIEDADE COM UMA DOSE DE RESPONSABILIDADE

AUTORES: Jacqueline Aparecida Montrazi, Robson Alessandro Dias de Souza, Vander Jorge Gasque

ADMINISTRAÇÃO 4º C

RESUMO: Nos dias atuais, as organizações buscam cada vez mais mostrar as seus clientes o seu papel dentro da responsabilidade social, seja comunitária ou isoladamente. Isso faz com que amenize as duras críticas atribuídas a elas nas quais para as mesmas são atribuídas. Para o McDonald's não é diferente. A organização vem fazendo seu papel através de campanhas solidárias em prol a comunidade desde 1988, participando do tratamento de crianças e jovens portadores de câncer.

PALAVRAS-CHAVE: Compromissos; McDia Feliz; Combate ao câncer infanto-juvenil.

TÍTULO: CACHAÇA SAGATIBA

AUTORES: Eder Teixeira de Oliveira, José Domingos Cardoso de Oliveira, Santiago Martins

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º B

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: Análise da peça criada pela agência de publicidade Saatchi & Saatchi que, nos traz padrões culturais brasileiros. Pode ser considerada, sobretudo, anti-ético, com a associação da imagem de Jesus Cristo, um ícone religioso e que, além de aspectos vulgares e mundanos, associado ao álcool e a sexualidade, bem como uma apresentação por demais superficial da nossa cultura.

PALAVRAS-CHAVE: Cachaça; Religião; Cultura.

LOCAL: Auditório Azul (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 06/10/2005 (Quinta-feira) - 21h10 às 22h30

MODERADOR: Prof. Dárcio José Novo

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL EM FOCO

AUTORES: Juliana Sanches, Kallina Pereira da Silva, Rosineide Soares de Carvalho

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSOR ORIENTADOR: Fábio Camilo Biscalchin

RESUMO: O Tema Responsabilidade Social está no centro das atenções das grandes e pequenas empresas, ser responsável perante a sociedade virou moda, quase obrigação. O assunto, sem dúvida, merece atenção, pois existem aqueles que realmente sabem fazer da responsabilidade social uma prática de credibilidade, com propostas idôneas e que visam resultados positivos para a sociedade como um todo.

PALAVRAS-CHAVE: Incentivo; Comprometimento; Sintonia.

TÍTULO: A INSERÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

AUTORES: Carolina de Arruda, Jacqueline Santana Alves, Juliana Trindade Fernandes
ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSOR ORIENTADOR: Moacir Pereira

RESUMO: O artigo trata essencialmente sobre os procedimentos que as empresas devem adotar para incorporar e integrar a Responsabilidade Social em suas atividades. O texto destaca a importância da comunicação entre os seus acionistas, funcionários, clientes, fornecedores e comunidade, enfatizando a intenção e missão de ser uma empresa socialmente responsável. Serão abordadas, ainda, as diferentes áreas que as empresas podem atuar de forma responsável, como o meio ambiente, o próprio local de trabalho, a comunidade, o mercado que atua ou planeja atuar e considerações sobre os direitos humanos.

PALAVRAS-CHAVE: Iniciativa, Transparência, Parcerias, Bem-estar comum.

TÍTULO: CELULAR NOKIA

AUTORES: Fernanda Pires de Santana, Katyusia Meurer Rodrigues, Talita Aparecida de Carvalho

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º A

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: Escolhemos a peça que divulga o celular Nokia e principalmente sua função de vídeo, pois agregamos dois fatores principais: a importância do Teatro como cultura e entretenimento de um povo, e também a importância do acompanhamento e da valorização do crescimento e desenvolvimento das crianças como seres humanos. Já na reconstrução, que elaboramos, esses aspectos negativos são substituídos. A televisão é colocada como cenário da cena, na qual alguém assiste algo pelo celular mesmo tendo uma TV por perto. O texto deixa bem claro: "Assista a vida de várias formas", dando a entender que além da TV o consumidor agora possui mais uma opção, o celular.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura; Educação; Opção.

LOCAL: Auditório Verde (Câmpus Maria Auxiliadora)

DIA: 06/10/2005 (Quinta-feira) - 21h10 às 22h30h

MODERADOR: Prof. Pedro de Miranda Costa

TÍTULO: HORTA COMUNITÁRIA

AUTORES: Alex R. R. Silva, Gustavo Lahr Sacilotto, Marcelo Durante, Marcelo Guidolin
ADMINISTRAÇÃO 4º A

RESUMO: Este projeto é desenvolvido na Região Metropolitana de São Paulo e tem como principal objetivo atender a população de baixa renda na suplementação de alimentação, utilizando as áreas localizadas sob as Linhas de Transmissão e circundadas de moradores carentes. Ele também nasceu da

necessidade de se proteger essas áreas de possíveis ocupações. Para tanto, é realizada uma avaliação técnica no que diz respeito aos aspectos de segurança das pessoas que estarão encarregadas do cultivo da horta.

PALAVRAS-CHAVE: Suplementação de alimentação; Moradores carentes; Horta comunitária

TÍTULO: RECICLAGEM: ECONOMIA CONSCIENTE

AUTORES: Everton Baldin, Neire Bernaque, Osires Silva Barbosa

ADMINISTRAÇÃO 4º B

RESUMO: O artigo abordará um setor em grande expansão atualmente, que é o setor de reciclagem de lixo, mais precisamente neste caso, a Reciclagem de Cartuchos para Impressoras, qual o seu benefício para a comunidade, para o meio-ambiente e como isto está alterando a cultura da sociedade brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: Reciclagem; Economia; Preservação.

TÍTULO: O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL APOIADO EM UMA ESTRATÉGIA DE CONSCIÊNCIA ECOLÓGICA. ESTUDO DE CASO: CATERPILLAR BRASIL LTDA.

AUTORES: Amanda de Menezes, Francine Rossatto, Gisele Campos Mariano, Miriane Vieira de Souza

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Leandro Azanha

RESUMO: A responsabilidade social relaciona-se com a ética e a transparência na gestão de negócios e refletem as ações e decisões que afetam a sociedade onde a empresa está inserida. Além disso, colabora com o desenvolvimento sustentável, uma vez que a empresa possui uma gestão ambiental focalizada no impacto que sua atividade pode causar no meio ambiente. Nesse sentido, identificamos na Caterpillar Brasil Ltda. uma estratégia de consciência ecológica, que sensibiliza seus colaboradores e direciona suas ações através de sua política ambiental.

PALAVRAS-CHAVE: Ética; Gestão ambiental; Estratégia; Consciência ecológica.

TÍTULO: CARTÃO DE CRÉDITO CREDICARD

AUTORES: Felipe Atílio, Fernando Rodrigues, Luis Gustavo Pressutto, Ricardo Matsushita

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º B

PROFESSORES ORIENTADORES: Fábio Camilo Biscalchin e Jane Simon Lara Phenis

RESUMO: A peça publicitária escolhida apresenta pontos falhos em sua composição e no que ela quer transmitir e/ou vender. O grande problema encontrado é que ela confunde as devidas relações saudáveis entre pais e filhos com o que um cartão de crédito pode comprar. A peça reformulada transmite o sentido de que o ato de presentear um ente querido numa data especial e que este presente pode ser comprado com um cartão de crédito.

PALAVRAS-CHAVE: Poder financeiro, relações familiares, datas sazonais.

GRUPOS DE TRABALHO
ALUNOS

06/10/2005

QUINTA-FEIRA

das 10h às 11h30

TÍTULO: A RELAÇÃO DAS EMPRESAS COM O MEIO AMBIENTE

AUTORES: Alessandro Ricardo Ferreira, Bruno Guilherme Petraccone, Márcio José Varella, Edson Duque de Castro, Vivian Diadamo.

ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSOR ORIENTADOR: Cássio Donizete Marques

RESUMO: O objetivo deste trabalho é comprovar e despertar os futuros administradores sobre a atual necessidade das empresas em desenvolver seu trabalho com responsabilidade social principalmente em relação ao meio ambiente, relatando exemplos importantes de grandes empresas que não se preocupam somente com o lucro, mas com a qualidade de vida que deixarão para as futuras gerações.

PALAVRA CHAVE: Responsabilidade Social; Meio Ambiente.

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E AS COMUNIDADES

AUTORES: Edison da Silva Gonçalves, Yetty Francini Ricardo

ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSOR ORIENTADOR: Cássio Donizete Marques

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo central discutir a questão da responsabilidade social das empresas tendo como foco a comunidade. Com relação a comunidade percebe-se que se trata de um campo amplo que pode ser explorado pela empresa na busca de fixar cada vez mais sua marca, sua presença, investindo em responsabilidade social, e ao mesmo tempo contribuir na promoção do bem-estar social e do desenvolvimento onde estão presente. Deve-se levar em consideração que os benefícios destes investimentos não são imediatos. Com isso, as empresas devem planejar estrategicamente para tornar estes investimentos viáveis. Uma forma prática da relação das micro e pequenas empresas com a comunidade é o trabalho de "Pet terapia" realizado através de lojas de pet shop junto aos asilos com o uso de animais no tratamento terapêutico de idosos.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social; comunidade; bem-estar; desenvolvimento; investimentos.

TÍTULO: A RELAÇÃO ÉTICA DA EMPRESA COM A COMUNIDADE

AUTORES: Karina de Lião, Mariana Miente Ambo, Renata dos Santos, Thalita Faé Giannetti

ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSOR ORIENTADOR: Cássio Donizete Marques

RESUMO: O artigo relata o compromisso da empresa socialmente responsável com a comunidade, na tentativa de estimular a cidadania, a solidariedade, a mobilização dos funcionários a atuarem como voluntários, bem como a melhoria no relacionamento interno e a integração dos funcionários na própria comunidade. Há ainda a busca de novas parcerias para criar novos projetos, bem como a participação efetiva da comunidade nas ações desempenhadas pela empresa e a melhoria na qualidade de vida da comunidade e, sobretudo, a busca do reconhecimento do trabalho pela comunidade.

PALAVRAS-CHAVE: Empresa socialmente responsável; cidadania; solidariedade; comunidade; voluntários; novas parcerias; qualidade de vida.

GRUPOS DE TRABALHO
ALUNOS

07/10/2005

SEXTA-FEIRA

das 10h às 11h30

TÍTULO: A RELAÇÃO ÉTICA DA EMPRESA COM O MEIO AMBIENTE

AUTORES: Dionizio Zulian, Cleber Listério, Rafael Marques, Mauricio Sartori, Vagner Lourenço

ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSOR ORIENTADOR: Cássio Donizete Marques

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo central discutir a questão da responsabilidade social das empresas tendo como foco o meio ambiente. Com relação ao meio ambiente 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. As empresas devem buscar conscientemente o atendimento à legislação, normas e outros requisitos ambientais aplicáveis, são necessários um desenvolvimento, capacitação e motivação de seus colaboradores para desempenharem suas atividades de maneira responsável, face ao Meio Ambiente, mantendo uma postura de transparência com a comunidade.

PALAVRA CHAVE: Responsabilidade Social; Meio Ambiente; Ética; Empresa.

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS EM RELAÇÃO AOS CLIENTES

AUTORES: Laura Eugénia Simão da Costa, Neuzeli Mouro Paina Martins, Raquel Sacilotto

ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSOR ORIENTADOR: Cássio Donizete Marques

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo central discutir a questão da responsabilidade social das empresas, tendo como foco o cliente. Na atualidade percebe-se que o cliente está cada vez mais consciente e exigente, dando preferência para empresas que praticam a responsabilidade social. Esta atitude vem contribuindo para a construção do equilíbrio social. Porém, para que esta prática seja realizada, fatores como propaganda enganosa, corrupção, concorrência desleal, devem ser evitados, de modo que a mesma atenda as expectativas sociais com transparência, mantendo uma coerência entre o discurso e a prática.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade social, clientes, empresas, conscientização, e valores éticos.

TÍTULO: A RESPONSABILIDADE SOCIAL E A COMUNICAÇÃO INTERNA

AUTORES: Adriano Fernando Cangussu, Valéria Cristina Rodrigues Matheus

ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSOR ORIENTADOR: Cássio Donizete Marques

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo central discutir a questão da Responsabilidade Social da empresa, tendo como foco a comunicação interna. Com relação à comunicação interna cada vez mais se tem percebido a necessidade de aproximar e identificar antecipadamente as necessidades dos funcionários e da direção, estabelecendo limites éticos que possam evitar divergências entre as partes. A empresa deve aproveitar ao máximo as sugestões propostas pelos funcionários, dando a entender que o futuro da empresa depende da boa relação entre eles e de acordo com a gestão adotada pode refletir positivamente ou negativamente, visto que são os funcionários que vivenciam os problemas e certamente são eles que podem trazer a resposta para tornar o ambiente de trabalho mais confortável e produtivo. A boa comunicação interna é ferramenta para o sucesso da empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, Comunicação interna.

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.

A **Avaliação Integrada** busca integrar as diferentes disciplinas oferecidas mostrando que o bom administrador necessita de uma leitura de sua organização, no seu formato sistêmico, para a tomada de decisão.

A **Semana de Imersão** oferece aos alunos a possibilidade de, ao longo de uma semana, conhecer diferentes setores das organizações de nossa região, participando de palestras de representantes dessas organizações.

O **Seminário de Iniciação Científica**: a iniciação científica deve fazer parte da vida do acadêmico. Esta atividade possibilita ao aluno vivenciar uma experiência de pesquisa, fazendo a interface entre teoria e prática.

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

atendimento@biscalchineditor.com.br