

A importância da Responsabilidade Social Universitária na formação de designers como profissionais mais conscientes

The importance of the University Social Responsibility in the formation of designers as professionals with more conscious.

MORAES, Maria Flávia Vanucci de; MSc; Escola de Design/ UEMG; mfvanucci@gmail.com

MELLO, Isabella Ferraz Lacerda de; graduanda em Design de Produto; Escola de Design/UEMG; ferrazisa@gmail.com

SILVA, Elisa Gonçalves Pazzini da; graduanda em Design de Produto; Escola de Design/UEMG; elisapazzini@gmail.com

Resumo

O presente artigo aborda conceitos gerais acerca do tema Responsabilidade Social Universitária - RSU, abordando informações relevantes para o entendimento do assunto. Para destacar a importância da incorporação destes conceitos nas Instituições de Ensino Superior, foram demonstradas ações realizadas pela Escola de Design da UEMG junto a comunidade acadêmica e na sociedade, ilustrando essa possibilidade como uma área de atuação para o designer. Finaliza apresentando os benefícios da incorporação da RSU para estudantes, professores, Universidades, profissionais de design, explicitando os favorecimentos para a sociedade.

Palavras Chave: Responsabilidade Social Universitária; Cidadão; Design.

Abstract

This article discusses general concepts regarding University Social Responsibility – USR, focusing in the relevant information for the understanding of this subject. To emphasize the importance of the incorporation of these concepts in the University institutions, the paper demonstrates the actions executed in the Design School of the State University of Minas Gerais (UEMG), together with the University members and community, showing the possibilities for the Designer in this field. The paper ends presenting the benefits of USR to students, professors, Universities and Design professionals, as well as for the society as a whole.

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

teachers, universities, and design professionals, explaining the intellectual and socio-economic growth to society.

Keywords: *University Social Responsibility; Citizen; Design.*

Introdução

Diante dos problemas sociais e ambientais que a sociedade vem enfrentando ao longo dos anos, têm sido realizadas discussões sobre os temas Sustentabilidade e Responsabilidade Social nas empresas, serviços, produtos de consumo e recentemente, no espaço universitário. Além disso, é crescente a necessidade de incorporar valores como a ética, o respeito à natureza e a preocupação com as gerações futuras nessas diversas áreas.

A RSE – Responsabilidade Social Empresarial

Muito se tem discutido sobre o dever das empresas perante os problemas sociais e ambientais da atualidade. Muitas empresas vêm assumindo posturas ambientalmente corretas, como a redução da utilização de água nos processos produtivos, conservação de florestas nativas, utilização de madeira de reflorestamento e madeira com certificados ecológicos, diminuição da emissão de carbono no ambiente, reciclagem e reaproveitamento de resíduos gerados na produção. Essas empresas também estão mais atentas para a adoção de posturas socialmente responsáveis, buscando adotar o comércio justo, a luta contra a corrupção e o desrespeito no ambiente de trabalho, a assistência e inclusão de comunidades que estão próximas das fábricas, entre outras.

Cada vez mais, os consumidores estão atentos para tais questões e estão passando a considerar as atitudes responsáveis das empresas ao comprarem um determinado produto ou serviço (INSTITUTO AKATU, 2005). Um outro indicador da importância que esse assunto tem tomado é a criação de índices de sustentabilidade em bolsas de valores, como o *Dow Jones Sustainability Indexes* e o ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), da IBOVESPA. Esses índices têm sido considerados por acionistas quando os mesmos vão fazer novos investimentos em empresas socialmente responsáveis e sustentáveis, e estas têm ganhado cada vez mais força no mercado.

As ações empresariais responsáveis estão enquadradas no conceito de Responsabilidade Social Empresarial, que, segundo VALLAEYS (2006), pode ser definida como:

um conjunto de práticas da organização que integra sua estratégia corporativa e que tem como finalidade evitar danos e/ou gerar benefícios para todas as partes envolvidas na atividade da empresa (clientes, empregados, acionistas, comunidade, periferia etc.), com finalidades racionais, que devem redundar em benefício tanto da organização como da sociedade.

Assim, além de permitir boas relações pessoais, “*a Responsabilidade Social Empresarial evoca valores como proteção ao meio ambiente, respeito aos direitos humanos e combate à corrupção*” (INSTITUTO ETHOS, 2006). Por isso as práticas de RSE contribuem também para garantir relações sustentáveis com as pessoas e com o meio ambiente.

No âmbito universitário, tem sido observada uma aproximação, ainda que tímida, com o tema Responsabilidade Social – RS através de ações extensionistas, pesquisas científicas e até mesmo trabalhos acadêmicos. Além de essa aproximação possibilitar uma reflexão na

visão de quais são os papéis da Universidade dentro do seu espaço e na sociedade em geral, esse contato acaba oferecendo ganhos em termos práticos para os alunos, professores e para os integrantes das comunidades atendidas.

A exemplo da empresa, que precisou superar o enfoque filantrópico do investimento social para entender a si mesma em função do novo paradigma de Responsabilidade Social, as Universidades precisam visualizar o futuro e antecipar-se à demanda por uma nova postura tanto com relação à formação educacional de seus alunos quanto ao seu próprio papel na sociedade atual.

Nesse contexto, mostra-se necessário que as Universidades se coloquem de maneira pró-ativa, promovendo a formação de profissionais cidadãos responsáveis e comprometidos com princípios e valores éticos do ponto de vista socio-econômico-ambiental no exercício da sua profissão.

Tornar a universidade uma comunidade socialmente exemplar é usufruir uma dupla fonte de saber, em que o estudante aprende na universidade o que interessa à sua carreira, mas também aprende com a universidade hábitos e valores cidadãos.

Essa visão vai ao encontro das diretrizes que o MEC tem apresentado às Universidades desde 1999 e ao artigo 40 (a) da Lei Básica da Reforma Universitária nº 5540/1968. O MEC (2007), através do Plano Nacional de Extensão, tendo como princípio que

para a formação do Profissional Cidadão é imprescindível sua efetiva interação com a Sociedade, seja para se situar historicamente, para se identificar culturalmente ou para referenciar sua formação com os problemas que um dia terá de enfrentar.

Já o Artigo 40 (a) da Lei Básica da Reforma Universitária nº 5540/1968, segundo NOGUEIRA (2005) propõe que

as instituições de ensino superior, por meio de suas atividades de extensão proporcionarão aos seus corpos discentes oportunidades de participação em programas de melhoria das condições de vida da comunidade e no processo geral de desenvolvimento.

Esta interação da Universidade com a Sociedade, com as comunidades externas em suas mais diferentes formas de organização, estabelece uma troca de saberes acadêmico e popular, que terá como consequência a produção do conhecimento resultante do confronto com a realidade nacional, a democratização do conhecimento acadêmico e a participação efetiva da comunidade na atuação da universidade (PROEXT, 2007).

A Responsabilidade Social Universitária - RSU

A Universidade, que pode ser considerada berço dos pensadores e líderes do futuro, deve ser cobrada pela sociedade a aplicar os princípios de Responsabilidade Social em suas diversas atividades, dentro e fora da sala de aula, de modo que esses valores sejam transmitidos com eficiência aos funcionários e graduandos.

A discussão entorno da RSU, apesar de ter ganhado força ultimamente, não é exatamente recente. No início da década de 1962, a RSU dizia respeito, segundo CALDERÓN (2006):

aos deveres que a universidade tem com a sociedade que a financia, referindo-se principalmente à procura de soluções para os principais problemas sociais, à necessidade de uma melhor distribuição de renda e à criação de mecanismos de promoção social de setores historicamente marginalizados.

O entendimento de Responsabilidade Social Universitária de décadas atrás ainda hoje mantém vigência, apesar de ter incorporado outros aspectos referentes ao contexto atual.

A Responsabilidade Social Universitária nasceu a partir da articulação de variados setores das IES, “em um projeto de promoção social de princípios éticos e de desenvolvimento social equitativo e sustentável” (VALLAEYS, 2006). Portanto, o corpo docente da Universidade precisa incorporar temas relacionados às questões sociais, sustentabilidade, responsabilidade social nas práticas dentro da sala de aula e da Universidade como um todo para que seus alunos formem a consciência de práticas de cidadania.

O esquema da Figura 1 explicita a inserção da RSU como uma nova maneira de se organizar a Universidade.

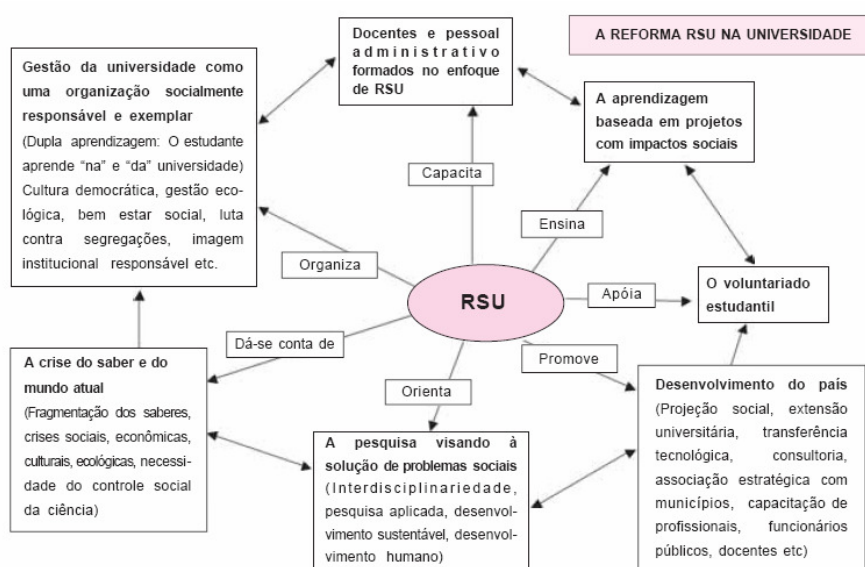


Figura 1: A Reforma RSU na Universidade (VALLAEYS, 2006)

É importante explicitar que a RSU não pode ser confundida com filantropia nem assistencialismo. A Universidade e sua extensão não podem exercer o papel do governo de atender às necessidades básicas das pessoas, principalmente as necessidades das mais carentes (TODOROV, 2005). Ela deve fornecer um auxílio adicional, disponibilizando seu saber científico no trabalho de intervenção social com as comunidades, mas ao mesmo tempo transmitir o conhecimento necessário para as mesmas continuarem o trabalho proposto após o término da ação universitária. Porém, uma das principais contribuições é dada pela possibilidade do aluno praticar suas habilidades e atividades profissionais tendo contato com realidades sociais diferentes, desenvolvendo sua consciência crítica e responsabilidade social, tornando-se um agente multiplicador desses valores junto à sociedade.

Neste contexto, o presente artigo tem como objetivo abordar o conceito e a função da Responsabilidade Social Universitária, destacando a importância de sua incorporação nas Instituições de Ensino Superior - IES. Procura apresentar ações desenvolvidas pela Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, e o impacto dessas ações na comunidade acadêmica e na sociedade. Para tal, serão apresentados como exemplos alguns projetos desenvolvidos na Instituição e outras importantes ações idealizadas por profissionais desvinculados de IES, para ilustrar a possibilidade de apresentar esse mercado como uma área de atuação para o designer.

Metodologia

Para se atingir os objetivos propostos, foram usados métodos de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, com levantamento de informações em fontes indiretas e diretas, respectivamente.

O levantamento em fontes indiretas envolveu a pesquisa bibliográfica em livros, artigos científicos, revistas eletrônicas e demais documentos e publicações que abordam o tema Responsabilidade Social nas IES, para que fosse possível entender o universo acerca do tema e obter base teórica para realizar a coleta de dados em fontes diretas. O levantamento em fontes diretas foi realizado através de entrevistas semi-estruturadas e não-estruturadas com professores, especialistas e alunos da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais com o objetivo de coletar informações sobre os projetos realizados pelos Centros e Núcleos de Pesquisa e Desenvolvimento da Instituição.

Após o aprofundamento nos assuntos e as entrevistas, as informações obtidas foram analisadas e as ações mais significativas e bem sucedidas foram estudadas e abordadas neste artigo.

Desenvolvimento

A atuação direta em comunidades é uma experiência bastante desafiadora e enriquecedora tanto para o ambiente universitário quanto para o local de atuação social. Saber lidar com as diferenças culturais, costumes e hábitos exige formas transparentes de comunicação entre os envolvidos para que seja possível a troca de experiências (CASTRO et al. 2006).

As atividades de extensão e pesquisa têm exercido um importante papel na mediação entre a universidade e a comunidade. Enquanto a extensão atua diretamente em ambos os lados, os projetos de pesquisa fornecem dados e conclusões importantes sobre os temas envolvidos, facilitando o processo de implantação da atividade extensionista. Segundo MACEDO (2005):

Como resultado dessa atividade (**de extensão**), de início assistencial, a instituição universitária e seus atores tornam-se cada vez mais receptivos aos problemas concretos de amplos setores da sociedade, o que leva a transformações insuspeitadas tanto no ensino como na definição e orientação de programas e linhas de pesquisa.

Entre os diversos projetos com esse apelo desenvolvidos na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG, serão expostos dois deles, procurando evidenciar os ganhos para a comunidade acadêmica e para os grupos beneficiados.

O projeto HAVALOR, executado entre 2005 e 2006, sob orientação do Núcleo de Estudos da Madeira com parceria do Departamento de Engenharia de Estruturas da Escola de Engenharia da Universidade Federal de Minas Gerais, da área de conhecimento de materiais da Universidade Federal de Viçosa - UFV, e da Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais – CETEC, teve como principal objetivo levar o conhecimento que a Instituição detinha sobre a ferramenta design para a região do Vale do Jequitinhonha, no norte de Minas Gerais, aplicando-o na fabricação de produtos. Esse projeto surgiu da necessidade do governo em intensificar e ampliar o atendimento às regiões carentes de Minas Gerais, procurando desenvolvimento não só em tecnologia, mas também em conhecimento, informações dos processos industriais e formas de comercialização de produtos.

O grupo responsável pelo projeto auxiliou marcenarias e microempresas, nivelando conhecimentos sobre o processo produtivo de móveis e permitindo assim o aperfeiçoamento

da produção. Como meta, estipulou-se o desenvolvimento de pelo menos três tipos de móveis experimentais, utilizando a metodologia de design: uma **carteira** e uma **cadeira escolares** (Figura 2), desenvolvidos para a finalidade institucional; uma **cama** (Figura 3), móvel de produção tradicional na região e que aproveitou na cabeceira a habilidade de artesãos locais do trançado com fibras; e **gabinete de cozinha**, com painel feito de pequenos pedaços de madeira reaproveitados da indústria moveleira, a ser vendido em depósitos de construção da região.



Figura 2: Cadeira e carteira escolares. Fonte: AVALOR, 2003



Figura 2: Cama de solteiro. Fonte: AVALOR, 2003

Os três móveis foram desenvolvidos com o conhecimento prático da população local, através de uma oficina montada num galpão cedido pela Prefeitura. O projeto possibilitou a compra de equipamentos para essa oficina, e ali foram feitas todas as práticas e a transmissão das informações para os envolvidos no projeto.

Depois de finalizados, os móveis foram testados pelo Departamento de Engenharia da Universidade Federal de Minas Gerais, para testes das condições de segurança e durabilidade, posteriormente participando de exposições e feiras.

A melhoria na produção moveleira através da inserção da metodologia de design pelo projeto HAVALOR na região do Vale do Jequitinhonha possibilitou a prospecção de novos mercados e o crescimento social e econômico da região.

Outro projeto desenvolvido na Escola de Design da UEMG foi o Projeto APL de Base Mineral em Pedra Sabão - Ações de Design para produção de painéis de pedra sabão da região de Mariana - Minas Gerais, nas comunidades do Cafundão e Cachoeiro do Brumado. Realizado durante os anos de 2006 e 2007, pelo Instituto Centro de Capacitação e Apoio ao Empreendedor - Centro CAPE, e pela Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais - CETEC, com participação do Centro de Estudos em Design de Gemas e Jóias da

Universidade do Estado de Minas Gerais, o projeto teve como principal objetivo desenvolver novos modelos de painéis de pedra e melhorar sua qualidade, tentando resgatar a cultura, história e valores da comunidade participante, visando à exportação dos produtos para países da Europa e para os Estados Unidos. Objetivou-se também o desenvolvimento de embalagens adequadas para transporte das painéis e a estruturação de um manual técnico. As ações realizadas incluíram também a maior padronização possível dos modelos, através de gabaritos criados pelo CETEC, além de participação em duas edições, 2006 e 2007, da Feira Nacional do Artesanato, realizada no Expominas (Figura 4).



Figura 4: Apresentação do Projeto Painel (OLIVEIRA, 2007)

Outro importante passo na implantação da Responsabilidade Social Universitária na Instituição foi a criação do Núcleo de Responsabilidade Social e Design, vinculado ao Centro de Extensão. O Núcleo tem como missão difundir e colocar em prática um conjunto de princípios e valores éticos de responsabilidade e solidariedade, incentivando a comunidade acadêmica a aprimorar uma cultura de comprometimento e promoção do desenvolvimento sustentável, visando também contribuir para a diminuição da desigualdade social.

O Núcleo irá utilizar o design como ferramenta transformadora, difundindo a RSU através da gestão, docência, pesquisa e extensão. Os seus principais objetivos são realizar campanhas solidárias, eventos, programas e projetos sociais que visem o envolvimento da comunidade acadêmica com alguns problemas sociais importantes.

Além dos projetos realizados juntamente às Universidades, o trabalho desenvolvido por profissionais desvinculados de IES também deve ser considerado, ao passo que suas ações inspiram a criação de novos projetos sobre o assunto. O trabalho conjunto de designers e comunidades de artesãos vem ganhando visibilidade e credibilidade, promovendo a capacitação e a geração de renda para os artesãos.

O trabalho desenvolvido por *Heloísa Crocco* envolvendo design e artesanato teve início no 25º Festival de Inverno de Ouro Preto, onde foi convidada pelo artista plástico José Alberto Nemer para dirigir a oficina Design e Artesanato na Produção do Objeto. A designer propôs um enriquecimento formal para o trabalho dos artesãos da cidade de Ouro Preto, conferindo maior identidade aos objetos, baseando-se no estudo das formas típicas da região para o desenvolvimento de uma linha de produtos.



Figura 5: Aparador de livros desenvolvido na Oficina de Design e Artesanato na Produção do Objeto no 25º Festival de Inverno de Ouro Preto, 1993 (BORGES, 2002)

Posteriormente, Crocco se envolveu no projeto Mão Gaúcha, que também apresentava a proposta de conferir identidade ao artesanato, combinando os produtos através de uma coleção. O projeto foi realizado no Rio Grande do Sul e contou com a participação de designers gaúchos e de outros estados. O ponto de maior atenção foi a capacitação do artesão para a produção, no sentido de *“padronizar tamanhos e medidas, melhorar a qualidade de acabamento e adequar o produto às exigências atuais dos consumidores”* (BORGES, 2002). O trabalho resultou em um aumento das vendas, além de exposição em eventos e a criação de lojas exclusivas para a marca Mão Gaúcha.



Figura 6: Loja do programa Mão Gaúcha no Shopping DC Navegantes, Porto Alegre (BORGES, 2002)

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae completou em 2007 uma década de trabalho com o artesanato, sempre procurando enxergá-lo como um empreendimento que gera inclusão social e fortalece a identidade cultural de comunidades por todo o Brasil. Um dos projetos que utilizam o design como ferramenta estratégica para agregar valor ao artesanato foi realizado em Pontal de Coruripe, no estado do Alagoas, com cerca de 50 famílias que produzem cestas, bolsas, tapetes e outros produtos com palha de ouricuri. Em suas várias ações, o Sebrae procura capacitar os artesãos promovendo oficinas de design, empreendedorismo e associativismo, com o objetivo de mostrar aos participantes que

a orientação dos seus produtos para o mercado é muito importante, assim como a valorização das suas culturas, tradições e técnicas passadas de geração em geração.



Figura 7: Produtos feitos pelos artesãos de Pontal de Coruripe, Alagoas (SEBRAE, 2008)

Em todos os projetos apresentados, o design atuou com os princípios da Responsabilidade Social nas comunidades carentes, capacitando os envolvidos para que seus produtos obtivessem maior valorização no mercado, mas sempre respeitando a cultura e as habilidades dos mesmos. Deste modo, o design proporcionou geração de renda, contribuindo para o combate à pobreza e, principalmente, à desigualdade social.

A parceria entre o designer e a comunidade pode ajudá-la a consolidar sua identidade e valores, além de instigá-la a buscar novos conhecimentos. A importância da inter-relação entre Universidade, pesquisa e extensão no contexto da Responsabilidade Social Universitária se dá à medida que essas atividades atuam na formação do estudante como um agente transformador da consciência social dentro e fora do ambiente acadêmico.

Segundo Barroso Neto (1999), o segredo da competitividade está na agregação de valor e a principal forma de alcançá-la se dá através da ferramenta do design. É uma tarefa difícil de ser realizada no artesanato, uma vez que o designer deve ter o cuidado de atuar junto ao artesão para adequar melhor o produto ao mercado, sem com isso, descaracterizá-lo do ponto de vista cultural e identitário. Para isso, o autor sugere que essa atuação adequar metodologia e abordagem conforme o tipo de artesanato. Para isso, categorizou a atividade artesanal em cinco níveis distintos (Figura 8) como maneira de orientar o designer na escolha dessa abordagem. Essa categorização leva em consideração a origem, valor cultural, técnicas de fabricação e escala de produção. Quanto mais próximo ao ápice da pirâmide, menor deve ser a interferência do designer.

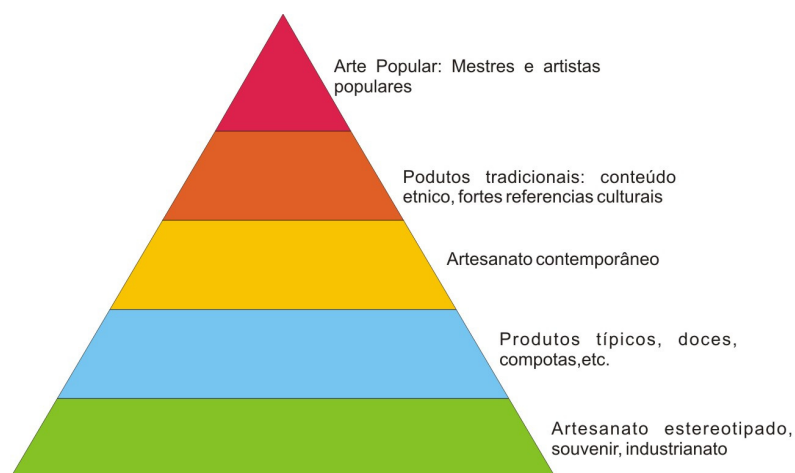


Figura 8: Categorização dos produtos artesanais (BARROSO NETO, 1999)

Conforme BARROSO NETO (1999), o primeiro nível (vértice) corresponde aos trabalhos de artistas populares, mestres artesãos, de produção limitada e nicho de mercado reduzido. São produtos de forte valor cultural, que procuram atender à satisfação pessoal do mestre artesão e que poderão inspirar o trabalho de outros artesãos. Nesse caso, quanto menos influências um artista receber de seu meio ou do mercado mais singular e original provavelmente será sua obra. Portanto, a única contribuição admissível do designer neste nível da pirâmide deve ser no sentido de destacar, premiar e valorizar estes artistas junto ao público em geral.

O segundo nível, conforme o autor, abrange os produtos tradicionais, de forte valor étnico e cultural, cuja tradição é mantida por gerações. Nesse nível, o designer pode atuar de duas maneiras: através da criação de embalagens que valorizam e contextualizam os produtos ou construindo em conjunto com o artesão, de forma gradativa, um produto mais adequado ao mercado, respeitando as características originais do processo de produção e preservando os principais elementos de referência cultural.

No terceiro nível está o artesanato contemporâneo, de origem urbana, em que a inovação é o elemento principal. É produzido por artesãos cuja principal motivação é a geração de renda. Aqui a contribuição do designer pode ir desde a sugestão de novas matérias-primas, passando pela racionalização da produção, até a busca de referências e identidade para serem inseridos na criação de novos produtos (BARROSO NETO, 1999).

No quarto nível, o autor destaca os produtos artesanais típicos de uma determinada região, tais como: compotas, geléias, cachaças, entre outros, e aponta para a grande importância deles na composição de um "mix" de produtos junto ao artesanato tradicional, que se apoiam mutuamente. Nesse item, a contribuição do designer deve ser mais voltada para embalagens, rótulos e todo o tipo de material promocional.

No último nível (base), BARROSO NETO (1999) expõe o chamado "industriário" – *souvenir* – produzido em grande escala, com baixo custo e sem o compromisso com a cultura local onde foi produzido. Nesse caso, o designer pode contribuir na melhoria do propósito do produto, na produção, etc.

Considerações Finais

A prática da Responsabilidade Social no âmbito universitário pode oferecer muitas oportunidades de crescimento em diferentes aspectos para todos que estão envolvidos com seus princípios. Os alunos têm a oportunidade de colocar em prática conceitos e idéias que

ficavam apenas no ambiente universitário de uma maneira diferenciada, transitando entre suas experiências e as experiências com as comunidades, numa interação entre o saber popular e o saber científico. Além disso, no caso da Escola de Design, os alunos envolvidos na execução dos projetos adquirem conhecimento e experiência na área de consultoria em design, criando novas oportunidades para a atuação profissional no mercado de trabalho.

Os ganhos são divididos com a comunidade, que ao vislumbrar novas oportunidades de trabalho, geração de renda e resgate cultural tem sua auto-estima elevada e passam a se sentir reais membros da sociedade.

O designer deve trabalhar no sentido de valorizar a identidade cultural das comunidades atendidas, buscando aumentar o valor agregado dos produtos, melhorar o processo produtivo, diminuir custos e desperdícios de matéria-prima, desenvolver embalagens; mas sempre com a preocupação de não impor padrões, traços e gostos pessoais que descaracterizem os trabalhos das comunidades ou rebaixem os artesãos à uma mera mão-de-obra artesanal.

Referências

BARROSO NETO, Eduardo. **Design, Identidade cultural e Artesanato**. Primeira Jornada Iberoamericana de Design no Artesanato. Fortaleza, 1999.

BORGES, Adélia. **Heloísa Crocco, um dos principais nomes da junção design e artesanato no país**. In: A Casa, 2002. Disponível em: <<http://www.acasa.org.br/ensaio.php?id=26&modo=painel>>. Acesso em: 29 de Março de 2008.

CALDERÓN, Adolfo Ignacio. **Responsabilidade social universitária: contribuições para o fortalecimento do debate no Brasil**. In: Revista Ensino Superior da Associação Brasileira de Mantenedora de Ensino superior. – Ano 24, n. 36 (Jun. 2006). – Brasília: Ed. Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior, 2006.

CASTRO, Ana Emília G. de; SILVA, Ana Carla P. da; MORAES JÚNIOR, Francisco Atanásio; FALCÃO JÚNIOR, Reginaldo. **Design Social: uma ação e reflexão sobre a prática de ensino e a formação profissional**. Design P&D - 7º Congresso de Pesquisa & Desenvolvimento em Design. Paraná, 2006.

HAVALOR, Projeto. Mecanismos para o Desenvolvimento de Produtos Madeireiros de Alto Valor Agregado. ED - Universidade do Estado de Minas Gerais, Centro de Estudos em Design da Madeira, 2003. In: OLIVEIRA, Beatriz M. C. F. **A Intervenção Governamental em Arranjos Produtivos Locais: uma Análise a partir da Engenharia de Produção**. 2007. 151f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Escola de Engenharia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.

INSTITUTO AKATU. **Pesquisa – Responsabilidade Social Empresarial: o que o consumidor consciente espera das empresas**. n. 6. 2005. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/akatu_acao/publicacoes/responsabilidade-social-empresarial/responsabilidade-social-empresarial-o-que-o-consumidor-consciente-espera-das-empresas> Acesso em: 29 de Março de 2008.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Críticos Essenciais de Responsabilidade Social Empresarial e Seus Mecanismos de Indução no Brasil.** São Paulo: 2006.

MACEDO, Arthur Roquete de. **O papel social da universidade.** In: Revista Ensino Superior da Associação Brasileira de Mantenedora de Ensino superior Ano 23, n. 34 (Abril de 2005). Brasília: Ed. Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior, 2005.

MEC – MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO (2007) **Princípios da Extensão, segundo o MEC: Secretaria de Educação Superior.** Plano Nacional de Extensão 1999-2001.

NOGUEIRA, M. **Percursos da extensão universitária e o papel do fórum.** Curso de Gestão da Extensão Universitária do XXI Encontro Nacional do Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras. São Luís, 2005.

OLIVEIRA, Paulo M. Projeto Panela. 2007. In: CASTRO, Camila G; OLIVEIRA, Paulo M; SAFAR, Giselle H. **Possibilidades de atuação do design na produção de painéis pedrasabão.** Apresentação para o 1º Simpósio Brasileiro de Design Sustentável – SBDS. Curitiba: 2007.

PROEXT **Programa de apoio a extensão universitária. Edital 6/2007 MEC/SEsu/DPEM.** Ministério da Educação MEC, 2007. Disponível em: <http://www.proex.ufpa.br/edital_proext_2007.pdf>. Acesso em Outubro de 2007.

SEBRAE. **Histórias que mudaram o Brasil.** In: Artesanato - Um negócio genuinamente brasileiro. Vol 1, n. 1. (Março de 2008).

TODOROV, João Cláudio. **O conceito de Responsabilidade Social nos estabelecimentos de ensino superior.** In: Revista Ensino Superior da Associação Brasileira de Mantenedora de Ensino superior Ano 23, n. 34 (Abril de 2005). Brasília: Ed. Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior, 2005.

VALLAEYS, F. **Que significa responsabilidade social universitária?** In: Revista Ensino Superior da Associação Brasileira de Mantenedora de Ensino superior. – Ano 24, n. 36 (Jun. 2006). – Brasília: Ed. Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior, 2006.