
REFERENCIAMENTO SOCIAL NAS PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO: ESTUDO COM DISSERTAÇÕES DE UMA UNIVERSIDADE FEDERAL

SOCIAL REFERENCING IN RESEARCH ADMINISTRATION: STUDY WITH DISSERTATIONS OF A FEDERAL UNIVERSITY

Tatiane Nunes Viana de Almeida
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Adriana Nóbrega Silva Azevedo
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Patrícia Karla de Mesquita Silva
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Mauro Lemuel de Oliveira Alexandre
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Data de submissão: 12 jan. 2010. Data de aprovação: 08 maio 2011. Sistema de avaliação: Double blind review. Universidade FUMEC/FACE. Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho. Prof. Dr. Luiz Cláudio Vieira de Oliveira. Prof. Dr. José Marcos Carvalho de Mesquita.

RESUMO

Com o interesse da sociedade junto às questões empresariais em crescimento, os temas de pesquisa em Administração, têm se diversificado, com tópicos ligados a ética, responsabilidade social e o resgate da subjetividade humana merecendo uma atenção maior. Nesse contexto, é relevante discutir as ações sociais e conceitos de responsabilidade social do indivíduo e das organizações, buscando entender como cada um desses atores se comporta socialmente. Além disso, merece destaque ainda a questão da ética empresarial e administrativa, que se coloca como modulador da conduta individual e coletiva. Este artigo questiona o referenciamento social no desenvolvimento das pesquisas e estudos na área da Administração, apreendendo como a área tem discutido as questões sociais e até que ponto as pesquisas refletem as preocupações impostas pela sociedade. Logo, trata-se de um estudo exploratório-descritivo, com uma abordagem qualitativa. A coleta dos dados foi realizada por meio de pesquisa documental no acervo de dissertações do Mestrado em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, no período de 2005 a 2007. Após a análise das dissertações apresentadas nos últimos três anos (2005 a 2007), no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, verificou-se que um percentual de 48,98% dos trabalhos apresenta preocupação com a ética e as questões sociais. Por essa razão, acredita-se que os alunos do Programa de Pós-graduação em Administração da UFRN, deveriam realizar estudos focados nas demandas advindas da sociedade.

Palavras-chave: Referenciamento Social. Pesquisa em Administração. Responsabilidade Social. Ética Empresarial. Dissertações.

ABSTRACT

In the interest of the company at the growing business issues, topics of research in management, have been diverse, with topics related to ethics, social responsibility and redemption of human subjectivity deserves greater attention. In this context it is relevant to discuss the social actions and concepts of social responsibility of the individual and organizations, seeking to understand how each of these actors behave socially. Also, noteworthy is also the issue of business ethics and management, which arises as a modulator of individual and collective behavior. This article discusses the terms of social development research and studies in management,

learning how the area has discussed social issues and the extent to which research reflects the concerns imposed by society. So this is an exploratory-descriptive study with a qualitative approach. Data collection was conducted through desk research in the collection of dissertations of the *Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN*, from 2005 to 2007. After reviewing the theses presented in the last three years (2005 to 2007), Post-Graduate in Business at the *Universidade Federal do Rio Grande do Norte*, it was found that a percentage of 48.98% of the papers presented concern with the ethical and social issues. For this reason, it is believed that the students of the Post-graduate in Business at the UFRN, studies should focus on the demands resulting from the society.

Keywords: Social Referencing . Research Administration. Social Responsibility. Business Ethics. Dissertation.

INTRODUÇÃO

A pesquisa em Administração é perpassada por uma série de questões que levam à análise de seu caráter e rigor científico. A própria natureza da Administração torna difícil se chegar a um modelo científico único e singular. É preciso, portanto, que o pesquisador adote uma atitude crítica sobre as metodologias, técnicas e procedimentos, avaliando-os conforme as suas aplicabilidades às especificidades e objetivos do seu projeto particular.

Nesse contexto diverso, as perspectivas metodológicas subjacentes ao trabalho científico devem necessariamente se fazer presentes – a epistemologia (o conhecimento teórico que fundamenta e constitui o projeto – a própria formação do conhecimento); a lógica (o raciocínio e o encadeamento dos pensamentos); e a ontologia (o homem como foco).

Com a evolução e abrangência dos temas de pesquisa em Administração, muito se tem falado sobre ética, responsabilidade social e o resgate da subjetividade humana. É, portanto, pertinente questionar o referenciamento social no desenvolvimento das pesquisas e estudos em Administração, com o devido posicionamento do homem enquanto força motriz da máquina organizacional, a sua implicação ética e a produção de conhecimento que seja útil e direcionado ao contexto social maior do qual se faz parte.

Nesse cenário, o objetivo deste estudo é apreender como a Administração tem discutido as questões sociais e até que ponto as pesquisas refletem as

preocupações impostas pela sociedade, procurando mensurar o quanto o social influencia os trabalhos dos acadêmicos de Mestrado em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, no período de 2005 a 2007.

DISCUSSÃO TEÓRICA

Pesquisa em Administração

A Administração é uma ciência social, e como toda ciência encaixada nessa classificação, seus estudos e compreensão dependem da realização de pesquisas, que diferindo das realizadas em ciências físicas, apresentam resultados distintos, mesmo quando aplicadas na mesma localidade em tempos diferentes.

O tipo de pesquisas em Administração desenvolvidas na atualidade é resultado da evolução histórica dos cursos da área no Brasil. A partir das análises de Nicolini (*apud* LACRUZ; VILLELA, 2004), que discute os fatores condicionantes do desenvolvimento do ensino de Administração no Brasil, verifica-se que os cursos de Administração se originaram das necessidades criadas pelo crescimento econômico que experimentou o país a partir da Revolução de 1930, resultado do processo de industrialização e do desenvolvimento da infra-estrutura social, de transportes, de energia e de comunicações, bem como do crescimento da vida urbana, da classe média e do operariado, demandando a preparação de recursos humanos de várias especializações e métodos de trabalho mais sofisticados.

“A universidade entende que a sua função é compreender o processo gerencial e contribuir com idéias que possam aprimorá-lo como forma de pensamento e não como aplicação tecnológica” (PORTO et al., 2004).

Observando-se as publicações da área no Brasil, é possível observar que as pesquisas em Administração acompanharam, durante o seu desenvolvimento, as tendências mundiais, mas que também procuraram se voltar para a realidade brasileira.

Os cursos de pesquisa em Administração reconhecem que os alunos que estão se preparando para dirigir empresas, organizações sem fins lucrativos e órgãos públicos – em todas as áreas funcionais – precisam de treinamento em um

processo disciplinado para conduzir uma investigação relacionada a um problema de Administração (COOPER; SCHINDLER, 2003, p.26).

Para compreender melhor a pesquisa em Administração, faz-se necessário definir o que é pesquisa. Para Gil (1987, p.43), “pode-se definir pesquisa como o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”. Analisando essa definição, pode-se inferir que a pesquisa em Administração está focada em descobrir respostas para os problemas gerenciais, com o auxílio dos métodos científicos para tornar a sua realização e resultados confiáveis e isentos.

Observando os conteúdos das principais revistas do país na área, pode-se observar que as pesquisas em Administração estão voltadas para a resolução de problemas ou preenchimento de lacunas.

A pesquisa social pode decorrer de razões de ordem intelectual, quando baseadas no desejo de conhecer pela simples satisfação de conhecer, ou prática, quando baseadas no desejo de conhecer para agir. Daí por que se pode falar em pesquisa pura e em pesquisa aplicada (GIL, 1987, p.43).

A pesquisa pura é a que apresenta uma preocupação simplesmente teórica. A pesquisa aplicada, mais comum na Administração, é a que busca resolver problemas. “A natureza da solução de problemas da pesquisa aplicada significa que ela é conduzida para revelar respostas para questões específicas relacionadas à ação, desempenho ou necessidades políticas” (COOPER; SCHINDLER, 2003, p.32). Pode-se inferir até aqui, que o papel da pesquisa como um todo seria revelar novas teorias, para as lacunas existentes nas atuais ou desenvolver problemas para soluções gerenciais no caso da administração.

Entretanto, hoje não são apenas os problemas gerenciais que determinam ações e comportamentos nas empresas. Vivendo em uma situação de globalização e concorrência mundial, as empresas precisam também se preocupar com questões locais, como a comunidade em seu entorno e os problemas sociais dos países onde estão instaladas. Problemas esses que seriam, à primeira vista, responsabilidade do Estado. Entretanto essas questões muitas vezes são suscitadas pelas empresas, e

mesmo quando não são as vilãs, a responsabilidade pela resolução dessas demandas têm sido transferidas para a iniciativa privada.

Durante as últimas duas décadas, testemunhamos mudanças drásticas no ambiente empresarial. A partir de um papel historicamente econômico, a organização empresarial se desenvolveu em resposta as exigências sociais e políticas da política pública nacional, ao crescimento explosivo da tecnologia e as inovações contínuas nas comunicações globais. Essas mudanças criaram a necessidade de novos conhecimentos para os administradores e novos públicos a serem considerados ao avaliar qualquer decisão. (COOPER; SCHINDLER, 2003, p.27)

O social tornou-se uma temática discutida em todas as esferas da vida dos indivíduos e pelas empresas. Por essa razão tornou-se também temática de pesquisas na área da administração.

Dimensões da Ação Social

Imersos em um contexto de deteriorização social, tanto os indivíduos quanto as empresas têm se voltado para questões que visam o melhoramento da condição social da população em geral.

No ambiente empresarial, mediante uma conjuntura de freqüentes mudanças socioeconômicas e tecnológicas, a sociedade está exigindo que as empresas exerçam, além de suas funções mercadológicas, um papel social.

A atuação social empresarial emergiu no início do século XX, com ações filantrópicas. Inicialmente, a filantropia assumia caráter pessoal, através de doações realizadas por empresários ou da criação de fundações. Entretanto, após as pressões da sociedade, tal ação começou a ser fomentada pelas empresas, representando o começo da inclusão do tema social na gestão empresarial. A ação filantrópica corporativa trata-se de uma ação social de caráter assistencialista, caridosa e temporária, concretizada mediante doações de recursos materiais ou financeiros para a comunidade ou instituições sociais (TENÓRIO, 2004).

Conforme coloca Tenório (2004), a partir do desenvolvimento da sociedade pós-industrial – na qual as empresas passam a buscar múltiplos objetivos e

colaborar para a melhoria da qualidade de vida da sociedade – o conceito evoluiu, incorporando os desejos dos agentes sociais no planejamento das empresas. Dessa forma, além das ações filantrópicas, desenvolveram-se outros conceitos, tais como: cidadania corporativa, responsabilidade social empresarial e desenvolvimento sustentável.

Atualmente, muitas pessoas têm utilizado os termos “cidadania corporativa” e “responsabilidade social empresarial” como sinônimos. A cidadania corporativa está relacionada aos investimentos estratégicos que as empresas realizam “na área social, ambiental, trabalhista, voltados para o consumidor, fornecedor e todos os públicos com os quais interage” (SILVESTRIN *apud* PIRES NETO; RIBAS, 2008, p.32). Conforme salientam Melo Neto e Froes (2002), a cidadania empresarial é resultante das ações de responsabilidade social interna e externa desenvolvida pela empresa. Logo, segundo Sousa (2006, p.21), a cidadania corporativa pode ser compreendida como “o estágio mais avançado da responsabilidade social”. Dessa forma, as empresas-cidadãs são aquelas consideradas socialmente responsáveis.

Em relação ao conceito de responsabilidade social corporativa, até a década de 1950, tratava-se de uma questão estritamente econômica, relacionada com a capacidade de a empresa gerar lucros, criar empregos, pagar impostos e cumprir as obrigações legais. Conforme coloca Tenório (2004), trata-se da representação clássica do conceito. Entretanto, atualmente existe o entendimento de que as corporações fazem parte de um ambiente complexo, no qual suas atividades interferem ou têm impacto sobre os diversos membros da sociedade. Dessa forma, a empresa deve, além de atender aos interesses dos acionistas, integrar-se à sociedade, através da incorporação de objetivos sociais no plano de negócios.

Para Melo Neto e Froes (2001, p.31) responsabilidade social é um tema amplo, resultando, conseqüentemente, na complexidade do conceito, que, de uma forma geral, abrange a “conduta ética, às ações comunitárias e de tratamento dos funcionários e ao dinamismo das relações que a empresa mantém com os seus diversos públicos”. Complementando, Barbosa e Rabaça (*apud* TENÓRIO, 2004, p.25-26) afirmam que:

A responsabilidade social nasce de um compromisso da organização com a sociedade, em que sua participação vai mais além do que apenas gerar empregos, impostos e lucros. O equilíbrio da empresa dentro do ecossistema social depende basicamente de uma atuação responsável e ética em todas as frentes, em harmonia com o equilíbrio ecológico, com o crescimento econômico e com o desenvolvimento social.

Conforme coloca Tenório (2004), existem inúmeras razões para motivar as empresas a atuarem de forma socialmente responsável, tais como:

- *Pressões externas*: relacionadas aos movimentos dos consumidores, à atuação dos sindicatos, às legislações ambientais, às reivindicações das comunidades atingidas pelas atividades industriais etc. Segundo Tenório (2004), a globalização também exerce uma enorme pressão para a prática da responsabilidade social empresarial, considerando que alguns organismos internacionais – como Organização das Nações Unidas (ONU) e Organização Mundial do Comércio (OMC) – incentivam a adoção de códigos de conduta e/ou princípios básicos relacionados às condições de trabalho, à preservação ambiental e ao respeito aos direitos humanos.
- *Forma instrumental*: nesse caso, através da prática de ações sociais, as empresas impetram algum tipo de benefício ou vantagem, tais como o incentivo fiscal oferecido por alguns governos. Vale salientar que o caráter do benefício não é necessariamente econômico, ou seja, tais vantagens podem estar relacionadas, por exemplo, ao aumento da preferência do consumidor ou ao fortalecimento da imagem ou marca da empresa.
- *Questões de princípios*: nessa abordagem, a responsabilidade social empresarial é motivada pela cultura da organização. Dessa forma, os valores da empresa orientam as práticas, políticas e relações com funcionários, fornecedores, meio ambiente, governo, comunidade etc., nos momentos de expansão econômica ou de crises.

A discussão sobre a responsabilidade social empresarial também tem apresentado a preocupação com a ocupação, bem como com a preservação de áreas urbanas e rurais, dando enfoque ao conceito do Desenvolvimento Sustentável. De acordo com a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento -

CMMAD (*apud* Sousa, 2006, p.43), tal conceito pode ser compreendido como “um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro”. Dessa forma, as empresas – e também os indivíduos – devem atender suas necessidades sem comprometer as gerações futuras.

Diante do exposto, pode-se afirmar que a atuação social ou responsabilidade social corporativa tem como principal característica a consistência ética no confronto com seus públicos, propiciando o desenvolvimento dos indivíduos e das comunidades, além do relacionamento entre homens e meio ambiente (PIRES NETO; RIBAS, 2008). Atualmente, o cumprimento das responsabilidades legais não é suficiente, pois a sociedade espera que as empresas exerçam ações em prol da população, transcendendo, dessa forma, a função mercadológica. Assim, as empresas também são responsáveis pela manutenção e melhoramento do bem-estar da sociedade, podendo considerar a ética como o pilar de sustentação da responsabilidade social.

Ética Empresarial e Administrativa

A palavra ética tem origem grega, e seu significado está associado ao “estudo dos juízos de apreciação que se referem à conduta humana susceptível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativo a uma sociedade, em determinada época, seja de modo absoluto” (COSTA, 2003, p.284). A postura ética, portanto, pressupõe uma escolha individual e intransferível, permeada por valores que fundamentam a percepção de cada sujeito sobre o mundo e sobre si mesmo.

A dinâmica empresarial, como fruto da ação humana, também é influenciada por aspectos valorativos e, conseqüentemente, éticos. A ética empresarial, portanto, se materializa no alinhamento entre discurso e prática, através da implantação e manutenção de políticas e ações eticamente delineadas no que diz respeito ao relacionamento com o empregado, os concorrentes, os fornecedores, os clientes, o mercado e a sociedade em geral. Sousa (2006) aponta que a ética está relacionada a todas as ações da empresa e deve ser estudada em seus quatro níveis: sociedade; *stakeholders*; políticas internas e indivíduo.

Nesse contexto, as normas e valores organizacionais orientam e modulam a conduta individual nas organizações. A ética empresarial, concebida como modulador da conduta individual e coletiva, deve identificar e superar 03 barreiras:

Determinação da finalidade específica da atividade organizacional, que em síntese, é a responsável pela sua legitimidade no campo social; averiguação dos meios adequados e dos valores a serem incorporados na execução desta atividade; identificação de quais são os valores éticos praticados ou pressupostos pela sociedade na qual a organização está inserida, como também, quais os direitos que essa sociedade reconhece e atribui às pessoas (MENDONÇA, 2003, p. 4).

No cenário competitivo e globalizado da atualidade, as questões éticas e sociais adquirem uma importância cada vez maior. Para sobreviver, as organizações precisam manter boas relações com as pessoas, interna e externamente envolvidas em sua ambiência.

Pautadas pela racionalidade instrumental, as ações organizacionais objetivam maximizar os ganhos e a conduta ética é um elemento importante por potencializar benefícios a médio e longo prazos, aumentando a margem de atores sociais beneficiados com os insumos organizacionais.

As ações de responsabilidade social são, assim, indissociáveis à ética por serem, em última instância, ações éticas por natureza. A preocupação com o futuro, o compromisso com a qualidade de vida dos empregados, a contenção de impactos sobre o meio ambiente e a implantação de políticas para promoção do bem-estar social são alguns dos exemplos de ações organizacionais valorativas e éticas que se constituem, na atualidade, como diferenciais competitivos.

METODOLOGIA

Este estudo é exploratório-descritivo, com abordagem qualitativa. Trata-se de uma pesquisa que pretende apreender a influência do traço social nos trabalhos desenvolvidos no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande no Norte, no período de 2005 a 2007.

A coleta dos dados foi realizada através de uma pesquisa documental no acervo de dissertações de Mestrado produzidas pelos acadêmicos do referido

Programa de Pós-Graduação. Tais estudos constam na listagem de produção científica do PPGA/UFRN - disponível no livro em comemoração aos 30 anos do PPGA - e foram localizadas na Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade.

No período acima mencionado, foram defendidas e aprovadas 51 dissertações, sendo 34 na área de concentração de Gestão Organizacional e 17 na de Políticas Públicas. O material que consta neste estudo corresponde a 96,07% do total de dissertações produzidas, uma vez que 2 (duas) daquelas não foram localizadas na Biblioteca.

Os dados coletados foram submetidos à análise de conteúdo, método de análise que consiste na apreciação de uma comunicação com o objetivo de compreender criticamente o seu sentido, seu teor evidente ou oculto, os significados explícitos ou não.

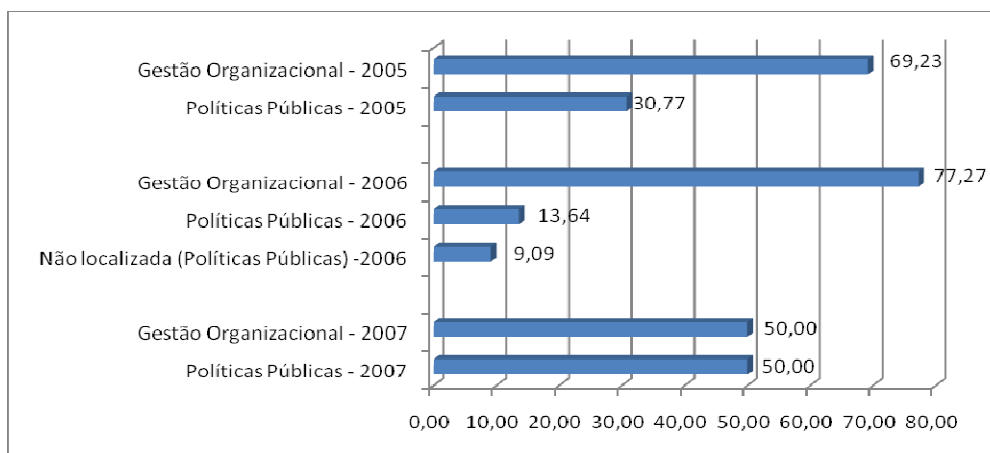
Esta técnica procura reduzir o volume amplo de informações contidas em uma comunicação a algumas características particulares ou categorias conceituais que permitam passar dos elementos descritivos à interpretação ou investigar a compreensão dos atores sociais no contexto cultural em que produzem a informação, ou, enfim, verificando a influência desse contexto no estilo, na forma e no conteúdo da comunicação (CHIZZOTI, 1991, p.99).

Após categorizados, os dados foram considerados sob a luz do referencial teórico supracitado, produzindo o conhecimento descrito neste estudo. Desta forma, será possível mensurar o quanto o social tem influenciado os trabalhos dos mestrados do PPGA/UFRN.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O mestrado em Administração da UFRN completou no ano de 2008, 30 anos de existência. Neste período foram elaboradas 266 dissertações. No intervalo de tempo pesquisado (2005 a 2007) constam 51 dissertações, sendo que duas não foram localizadas na Biblioteca Setorial do CCSA, totalizando 49 dissertações analisadas. A distribuição das dissertações, de acordo com a área de concentração, pode ser verificada no gráfico 1.

Gráfico 1: Dissertações Defendidas no Mestrado de Administração – PPGA/UFRN, n período de 2005 a 2007.

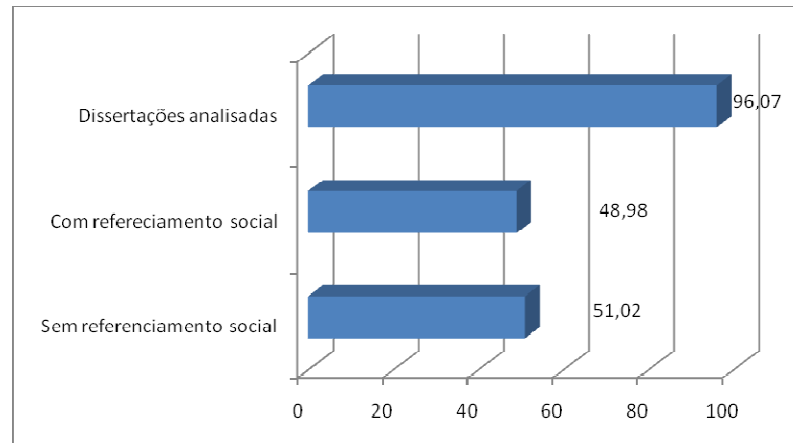


Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

Objetivando identificar a preocupação social nos trabalhos dos mestrandos do PPGA/UFRN, cada uma das dissertações foi analisada, em sua introdução, objetivos, justificativa e conclusões, a luz dos conceitos expostos na discussão teórica deste trabalho, destacando Melo Neto e Froes (2001). Os dados foram catalogados e fundamentam a análise exposta a seguir.

A Academia em Administração no Brasil tem motivos para comemorar seu desempenho nos últimos anos: sua produção acadêmica aumentou, e o acadêmico tem se dedicado mais à pesquisa (BERTERO et al., 1999). Mas em face dessa afirmação, será que o acadêmico de administração tem voltado a sua atenção para as questões sociais presentes no país? Analisando as dissertações apresentadas nos últimos três anos (2005 a 2007), no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, pôde-se verificar que um percentual de 48,98% dos trabalhos demonstra alguma preocupação com as questões sociais, conforme pode ser constatado no gráfico 2.

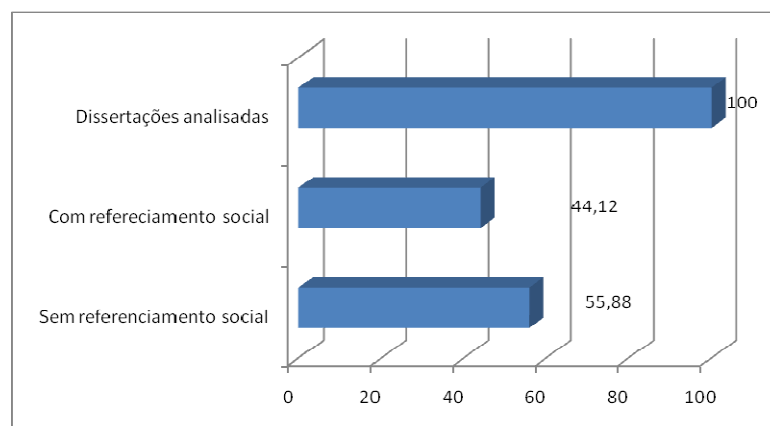
Gráfico 2: Análise do Referenciamento Social nas Dissertações do PPGA/UFRN, defendidas no período de 2005 a 2007.



Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

Considerando que a dimensão ontológica é um dos aspectos fundamentais na produção do conhecimento científico e, portanto, o homem e a sociedade devem estar em foco, esses dados são significativos por demonstrarem que as questões sociais não são consideradas pela maior parte dos trabalhos apresentados no período analisado. Quando segmentadas por área de concentração, as dissertações configuram a realidade demonstrada nos gráficos 3 e 4.

Gráfico 3: Análise do Referenciamento Social nas Dissertações do PPGA/UFRN, na área de Gestão Organizacional, defendidas no período de 2005 a 2007

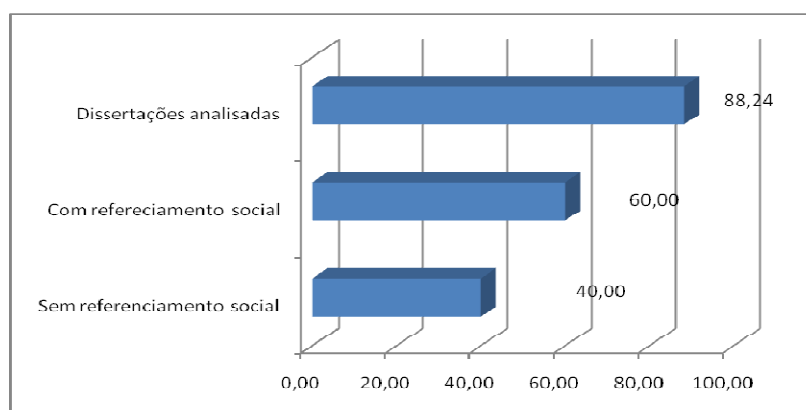


Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

Conforme constatado no gráfico 3, as dissertações de Gestão Organizacional apresentadas no período supracitado, em sua maioria, apresentam problemática com foco em questões instrumentais, ou seja, na obtenção de vantagem competitiva e maximização dos lucros. Esses estudos abordam questões relacionadas, principalmente, à identificação de novas estratégias de gestão, competitivas e de marketing; ou às ferramentas de Tecnologia da Informação.

No tocante ao referenciamento social presente nesta linha de pesquisa, destaca-se a incidência de algumas temáticas, dentre as quais: desenvolvimento social e profissional, estrutura de organizações não-governamentais, atenção a funcionários e familiares, atuação social de organizações e responsabilidade ambiental. A análise das dissertações da área de Políticas Públicas está demonstrada no gráfico 4.

Gráfico 4: Análise do Referenciamento Social nas Dissertações do PPGA/UFRN, na área de Políticas Públicas, defendidas no período de 2005 a 2007.



Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

As dissertações de Políticas Públicas, por sua vez, preocupam-se com os benefícios sociais indiretos que são gerados a partir do estudo, análise e implantação das políticas públicas – a melhoria nos serviços se traduz em melhorias para a população; a responsabilização nos gastos públicos e o equilíbrio fiscal; a implantação de políticas públicas e o desenvolvimento da cidadania; e a dimensão redistributiva dos investimentos governamentais. Portanto, mais uma vez, o fim social aparece de forma secundária como plano de fundo para uma problemática central, com ênfase nas questões políticas.

Adicionalmente, é também significativo o dado de que 40% das dissertações desta área de concentração, não têm referenciamento social. Em políticas públicas, quando a sociedade é a instância diretamente envolvida e à qual as ações se destinam, este índice pode ser considerado como insuficiente.

Conclui-se, portanto, que o referenciamento social das dissertações produzidas pelo PPGA da UFRN, independentemente da linha de pesquisa, está abaixo das expectativas, uma vez que, as questões sociais são temas centrais na realidade prática da atualidade, sendo divulgado em jornais, revistas e no *marketing* empresarial. Entende-se que um assunto de interesse prático, como é a responsabilidade social, deveria ser estudado cientificamente na academia, considerando que o homem é o começo e um dos fins do trabalho científico, razão pela qual, suas demandas deveriam estar no cerne das preocupações acadêmicas. Trata-se, desta forma, de um retrato da produção científica do Mestrado em Administração da UFRN para fins de crítica e autocrítica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acredita-se que o Programa de Pós-graduação em Administração da UFRN, deveria formar profissionais preocupados com as demandas sociais e aptos a aplicar o conhecimento científico advindo de pesquisas nessas áreas em benefícios para a sociedade, já que uma das funções do cientista é disseminar o conhecimento apreendido.

Defende-se ainda que tais conhecimentos deveriam abarcar um escopo maior, evitando-se focar os estudos em interesses particulares ou de grupos, ou seja, as pesquisas deveriam preocupar-se com cenários que possam ser replicados em diferentes realidades.

Além disso, a aplicabilidade do estudo, que em sua essência deveria levar a sociedade a um estágio de desenvolvimento sustentável, merece destaque especial, já que após as análises realizadas, observa-se uma grande incidência de trabalhos focados em organizações econômicas, o que pode levar a uma desvirtuação da função das Instituições de Ensino Superior, principalmente de programas de mestrado e doutorado, que tem como principal objetivo o desenvolvimento de conhecimentos que se tornem acessíveis a sociedade.

REFERÊNCIAS

BERTERO, C. O.; CALDAS, M. P.; WOOD Jr., T. Produção científica em administração de empresas: provocações, insinuações e contribuições para um debate local. **Revista de Administração Contemporânea – RAC**, Curitiba, v. 3, n. 1, p. 147-178, 1999.

CHIZZOTI, Antônio. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. São Paulo: Cortez, 1991.

COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de pesquisa em administração**. 7.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COSTA, Lílian Ferreira de Moura. A transversalidade da ética. **Revista de Ciências Médicas e Biológicas: Universidade Federal da Bahia, Salvador**, v. 2, n. 2, p. 283-286, jul./dez. 2003. Disponível em: <http://www.cro-rj.org.br/fiscalizacao/ETICA%20TRANSVERSALIDADE.pdf>. Acesso em: 06 ago. 2008.

GIL, Antônio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1987.

LACRUZ, Adonai José; VILLELA, Lamounier Erthal. Identidade do administrador profissional e a visão pós-industrial de competência: uma análise baseada na pesquisa nacional sobre o perfil do administrador coordenada pelo Conselho Federal de Administração. **Revista de Administração Contemporânea - RAC Eletrônica**, v.1, n.2, p.34-50, maio/ago. 2007. Disponível em: http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_634.pdf. Acesso em: 01 ago. 2008.

MELO NETO, Francisco P. de; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. 2.ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

_____. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. 2.ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MENDONÇA, Ricardo Rodrigues Silveira de. As dimensões da responsabilidade social: uma proposta de instrumento para avaliação. In: Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social; Jornal Valor econômico. (Org.). **Responsabilidade Social das Empresas**. São Paulo: Fundação Peirópolis, 2003, p. 203-231. Disponível em: www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/premio_ethos_valor/trabalhos/219_Ricardo_Mendonca.doc. Acesso em: 05 ago. 2008.

PIRES NETO, Guilherme B.A.; RIBAS, José Roberto. Responsabilidade social nos agronegócios: reflexão e proposta. **Revista Administração em Debate**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 1, p.29-35, 2008.

PORTO, Elvio Corrêa; FERREIRA, Fernando C. M.; KIRSCHBAUM, Charles. Neo-institucionalismo na produção acadêmica em administração. **Revista RAE Eletrônica**, São Paulo, v.3, n.1, jan./jun.2004. Disponível em: <http://www.rae.com.br/redirect.cfm?ID=2049>. Acesso em: 01 ago. 2008.

SOUSA, Ana Carolina Cardoso. **Responsabilidade social e desenvolvimento sustentável: a incorporação dos conceitos à estratégia empresarial**. 2006. 213 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia) – COPPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://www.ppe.ufrj.br/pppe/production/tesis/sousacc.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2008

TENÓRIO, Fernando Guilherme (Org.). **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.