

AS ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NO BRASIL (1990-2010)

Rodrigo Lamosa
LIEAS - UFRJ

Introdução

A proposta deste artigo foi produzir uma análise crítica das estratégias da classe dominante para a obtenção da hegemonia no Brasil. A partir dos referenciais teórico-metodológicos do materialismo histórico e dialético, este trabalho focalizou o processo de formação de diversas agências privadas de hegemonia, a partir da década de 1990, e a estratégia de Responsabilidade Social, materializada pelos projetos empresariais e, mais recentemente, pela norma ISO 26.000, em 2010.

O presente trabalho é resultado das reflexões produzidas na dissertação “A Educação ambiental e o novo padrão de sociabilidade do capital: um estudo nas escolas de Teresópolis (RJ)”, defendida em 2010, somados aos estudos iniciados no curso de doutorado no Programa de Pós-Graduação em Educação da UFRJ, em 2011. O pesquisador constatou a presença substancial de empresas na formulação, execução e avaliação dos projetos de Responsabilidade Social, sinalizando a importância e urgência de realizar estudo sobre as estratégias empresariais.

A SOCIABILIDADE BURGUESA NO BRASIL

Depois de duas décadas de crescimento econômico, conhecidas com a Era de Ouro do capital, a queda tendencial da taxa de lucro ocorrida nos países capitalistas centrais apontou a crise do padrão de sociabilidade firmado no pós-guerra. O conceito de sociabilidade ou conformismo, inspirado nos escritos de Antônio Gramsci (GRAMSCI, 1999), foi utilizado como importante ferramenta teórica. Este conceito é usado, entendendo que as classes sociais produzem e reproduzem ao longo da história as condições objetivas e subjetivas de sua existência. Na atual fase do capitalismo, estas condições foram substancialmente modificadas, refletindo em um *novo padrão de sociabilidade* e em novos preceitos de participação, cidadania e organização. A sociabilidade corresponde:

“[...] à forma com que os homens e as classes produzem e reproduzem as condições objetivas e subjetivas de sua própria existência, sob mediação das bases concretas da produção, de uma dada direção política e do

estágio de correlação de forças presentes num certo contexto. Nesta acepção, a forma de ser, de pensar e de agir predominantes num momento histórico é sempre marcada por traços comuns ou compartilhada pelo conjunto de seres humanos, sob mediação do estágio de desenvolvimento das relações sociais.” (MARTINS, 2009:11)

A crise do capitalismo, portanto, ocorreu no interior das cadeias produtivas. Neste contexto, a fração dirigente da classe burguesa enfrentou dificuldades em assegurar a estabilidade política. Por isto, a crise descrita foi de dupla dimensão: política e econômica, sendo capaz, então de colocar em xeque o padrão de sociabilidade existente. Considerando o Estado no sentido integral, como formulado por Antônio Gramsci, ou seja, hegemonia encorajada de coerção, uma crise econômica pode desencadear uma crise política, se:

“[...] os aparelhos privados de hegemonia da classe dominante na sociedade civil perderem a capacidade de assegurar o consenso e a coesão social. Assim, se as tentativas de assimilação de uma fração de classe ou de uma classe diante do conjunto da sociedade for exitosa, mesmo num contexto de crise econômica é possível evitar a deflagração de uma crise política.” (MARTINS, 2010:22)

A luta entre as frações da classe dominante e a corrida desesperada pela recuperação das taxas de lucro existentes no período anterior à crise, teve grande repercussão na exploração do trabalho. No Brasil, na década de 1970, o modelo de desenvolvimento dominante, responsável pelo “milagre econômico”, se exauriu e os efeitos sobre a exploração do trabalho foram igualmente perversos. Em 1974, o salário mínimo chegou ao seu valor mais baixo até então, representando pouco mais da metade que seu valor em 1940. Esta década pode ser caracterizada como:

“[...] o período no qual dilapidou-se, sem a menor preocupação com a sua reposição, a mercadoria mais fundamental para o processo de trabalho, para a acumulação de capital – a força de trabalho.” (MENDONÇA, SR e FONTES, V, 1996:67)

A crise do padrão de acumulação exigiu das frações da classe dominante uma redefinição nas estratégias políticas nas décadas seguintes, com grande relevância a partir da década de 1990. No Brasil este processo não ocorreu sem resistências, promovidas por partidos, sindicatos e diversos movimentos sociais. No entanto, após três décadas, é possível afirmar que a burguesia conseguiu formular no Brasil novas formas de organização e, conseqüentemente, fortaleceu sua intervenção política.

Ao longo de todo século XX, o empresariado produziu metas socioeconômicas para a sociedade. Essas metas, Rodrigues (2002) chamou de *télos*. Estes seriam uma

imagem construída pelo discurso hegemônico, servindo para “justificar, no presente, todas as privações e todos os sacrifícios (coletivos e individuais) impostos pela implantação das políticas que, proclamadamente, encaminharão a sociedade ao fim projetado” (RODRIGUES, 2002:105).

A classe dominante teria produzido três *télos* fundamentais: nação industrializada, país desenvolvido e economia competitiva. A História deste período foi marcada por violentas lutas pelo poder político, econômico e social do país permeados por anos de ditadura, diversos golpes ou tentativas de golpes. Este processo violento dava pouco espaço à construção da hegemonia burguesa (OLIVEIRA, 2001). O *télos* da economia competitiva criado em um processo de metamorfose teleológica, estratégia burguesa para adequar suas metas, conformadas junto ao conjunto da sociedade, tem origem na crise capitalista, se estabelecendo ao longo das décadas subseqüentes, estando na origem da hegemonia conquistada a partir da década de 1990.

Este período foi caracterizado não apenas pela retirada dos direitos sociais, trabalhistas e previdenciários, conseqüências apontadas por Rodrigues (2002). Acompanhando a reestruturação produtiva no país, multiplicaram-se organizações responsáveis, ora pela formulação, ora pela difusão da nova sociabilidade empresarial. A compreensão dos empresários como classe dirigente já havia sido apontada por Gramsci no início do século XX:

“o empresário representa uma elaboração social superior, já caracterizada por uma certa capacidade dirigente e técnica (isto é, intelectual): ele deve possuir capacidade técnica, não somente na esfera restrita de sua atividade e de sua iniciativa, mas também em outras esferas, pelo menos nas mais próximas da produção econômica (deve ser um organizador de massa de homens, deve ser um organizador da ‘confiança’ dos que investem em sua empresa, dos compradores de sua mercadoria, etc.)” (GRAMSCI, 2010:15)

Desde a década de 1990, uma grande mobilização do empresariado brasileiro se intensificou, com objetivo de organizar a atuação de seus aparelhos privados de hegemonia de acordo com o novo padrão de sociabilidade e o *télos* da acumulação flexível. Neste período três organizações tiveram grande importância: o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e o Instituto Akatu pelo consumo consciente.

O GIFE foi criado em 1995, reunindo empresários que já debatiam filantropia empresarial, desde 1989, na Câmara Americana de Comércio. Em 2002 o GIFE era composto por trinta e duas fundações, vinte e sete institutos e dez empresas, todas ligadas ao grande capital nacional e estrangeiro.

O trabalho de educação política, iniciado no GIFE, foi aprimorado com a criação do Instituto Ethos, em 1998. A partir deste novo aparelho de hegemonia, a responsabilidade social se tornou uma ideologia que reúne idéias, experiências e propostas dentro de uma única concepção que visa organizar e impulsionar a classe empresarial na busca de determinados objetivos político-ideológico. (MARTINS, 2009) Organizações como o GIFE e Ethos desenvolveram uma grande estratégia política visando organizar a classe dominante e mobilizar toda sociedade em torno dos preceitos ideológicos da responsabilidade social. O fortalecimento destes aparelhos se deveu ao acerto da estratégia, sobretudo, nos aspectos relativos à formação de seus dirigentes, a propaganda e agitação das frações dominantes, e a viabilização financeira que sustentou suas ações.

O Ethos se fortaleceu, a partir de 2000, quando passou a receber o financiamento da Fundação Ford e pode estruturar sua inserção entre os meios de comunicação. Num primeiro momento, uma rede de jornalistas foi estruturada. Através de cursos de capacitação sobre a responsabilidade social, o instituto mobilizou cento e doze jornalistas, além de ter mantido contatos permanentes com outros 400 jornalistas, como mostram os Relatórios de Atividades (2000) e (2001) do Ethos. Em 2011, estão associadas ao Instituto, 1360 empresas localizadas em todos os estados da federação, com exceção do estado de Roraima.¹ No Rio de Janeiro são 182 empresas associadas ao instituto.

A mobilização de parceiros foi expandida quando o Instituto Ethos acertou acordos com diversos organismos burgueses (Confederação Nacional das Indústrias, SESI, FEBRABAN, GIFE). A parceria entre o GIFE, primeira organização empresarial atuante na difusão do novo padrão de sociabilidade, e o Instituto Ethos não ocorreu sem tensões. Entre estes dois aparelhos existiu, nos primeiros momentos, a disputa pelos associados e pelo papel de direção que melhor representaria os empresários diante dos desafios. No relatório de atividades do GIFE, o presidente do

¹ Informações disponíveis no site <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx>, acesso em 12 de julho e 2010, às 14:15 h.

aparelho expressou as divergências. Segundo o dirigente, o GIFE: “serviu de celeiro a um conjunto de idéias, de bandeiras. Outras entidades surgiram, se apropriaram de alguns destes temas e se especializaram neles.” (KISIL, 2010:3)

Estas tensões entre os dois aparelhos empresariais permaneceram até o ano 2000, quando o “Instituto Ethos foi convidado a se integrar como ‘parceiro institucional’ do GIFE, como consta no Relatório de Atividades desta organização” (MARTINS, 2009:163). A formação desta parceria integrou setores importantes do empresariado brasileiro na ideologia da responsabilidade social. Esta adesão foi importante para que o SESI, em 2000, viesse a incorporar esta mesma ideologia. O Plano Estratégico do SESI para o quinquênio 2000-2005 estabeleceu como prioridade difundir entre as empresas o ideário do novo padrão de sociabilidade do capital.

No interior do Instituto Ethos, surgiu uma nova organização: o Instituto Akatu Pelo Consumo Consciente.² Este novo instituto foi criado em 2000, com a missão de induzir os consumidores a valorizar, no ato de suas compras, os projetos de responsabilidade social. Os parceiros do Instituto Akatu estão organizados em distintas categorias. Entre os parceiros pioneiros estão as empresas Nestlé e Hp e os bancos Santander e Itaú, através de sua organização social nomeada como Fundação Itaú Social. Os parceiros estratégicos são as empresas Carrefour e Walmart Brasil, e o Banco Bradesco. Os parceiros mantenedores são os bancos Unibanco e Tribanco, as empresas Gerdau, Globo, Philips, entre outras. Os parceiros institucionais são o Instituto Ethos, a Microsoft, Brasilprev, o Valor, FIESP, Abril, etc.

Em 2001 foi criado o Movimento Brasil Competitivo (MBC), em um claro esforço dos empresários brasileiros para se organizar, mobilizar e difundir o *télos da economia competitiva*. Os principais associados mantenedores e institucionais são empresas organizadas no GIFE, Ethos e Akatu. Em seu site oficial, o MBC deixa claro seu papel mobilizador e sua capacidade de interlocução, em um movimento nacional, com as frações dominantes locais:

“Considerando a competitividade o conjunto de instituições, políticas e fatores que determinam o nível de produtividade do país, o desafio é fazer com que cada um dos agentes supere seus próprios níveis de eficiência competitiva, ajustando-se aos movimentos da economia mundial e da transação no Brasil. Dessa maneira, temos como meta máxima gerar novas lideranças, pessoas que levem para seus municípios e estados o

² Informações disponíveis no site http://www.akatu.org.br/quem_somos/historia Acesso em 20 de maio de 2010, às 6 h.

mesmo espírito do Movimento Brasil Competitivo.”
(<http://www.mbc.org.br/mbc/novo/>)

O poder de ação dos novos aparelhos de hegemonia foi ratificado em 2003, quando o presidente e fundador do Instituto Ethos Oded Grajew assumiu a função de assessor especial do Presidente da República. Além disto, no período do governo do presidente Lula da Silva, diversos diretores do Instituto assumiram posições importantes em espaços públicos. A função exercida por Grajew era de ampliar a participação da sociedade, no caso os empresários, nas políticas públicas.

Em 2005, as principais frações do capital, incluindo os integrantes do MBC, realizaram o congresso intitulado “Ações de Responsabilidade Social em Educação: Melhores Práticas na América Latina”. Este congresso foi organizado por três organizações empresariais: Instituto Gerdau e as Fundações Jacobs e Coleman, ambas com sede na Suíça. O congresso resultou na mobilização de empresários em torno do projeto Compromisso Todos Pela Educação. Os empresários presentes saíram do evento “[...] com metas, estratégia, cronograma e uma significativa mobilização para iniciar a construção de um pacto nacional em defesa da educação brasileira.” (MARTINS, 2010:10) O campo discursivo produzido pelo empresariado, na aparência, desconsidera o capitalismo, as classes sociais, a exploração, o bloco de poder e o padrão de acumulação do capital. A partir deste, os empresários mobilizam “indivíduos e organizações de caráter neofilantrópico que manejam a educação de modo que ela naturalize as profundas desigualdades de classe e o desemprego estrutural, a expropriação e a hiperexploração.” (LEHER, 2010) Estas características estão postas nas normas da ABNT sobre Responsabilidade Social, apresentadas em 2010 e analisadas a seguir por este trabalho.

AS ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS PARA O “DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL” NO BRASIL (1990-2010)

As necessidades da classe dominante de reorientar seu *télos* de acordo com a conjuntura resultam em metamorfoses que não significam rompimento com os preceitos básicos que formam esta classe, mas na reorganização de seu padrão de sociabilidade. Estas metamorfoses são resultado da necessidade de reorientar as antigas metas às novas conjunturas.

A década de 1980 foi palco de importantes processos econômicos, que marcaram o ingresso do capitalismo em uma nova fase: o padrão de acumulação

flexível. Neste momento, a classe dominante reorientou suas metas e estabeleceu um novo *télos*: economia competitiva.

Diante do novo padrão de acumulação, o empresariado que sempre considerou a questão social sob a ótica do aumento dos custos, intensificou a luta pelas “reformas orientadas para o mercado” (DINIZ, 2000:18) Este é o centro dos debates sobre o “custo Brasil” e a competitividade das empresas brasileiras no mercado mundial.

No mesmo processo de reorganização produtiva e de reformas do Estado orientadas pelo mercado, com o fim de direitos sociais, trabalhistas e previdenciários, o empresariado organizou um poderoso trabalho de convencimento das classes dominadas. Este processo, denominado por Gramsci por hegemonia, consolida um programa orientado e dirigido pelas frações dominantes da classe burguesa, educa as classes dominadas e mesmo as frações não hegemônicas da classe dominante. O empresariado brasileiro aderiu a questão social tendo como referência as políticas de ajustes promovidos pelas agências multilaterais: Banco Mundial, Fundo Monetário Internacional e Organização Mundial do Comércio. Estas políticas tinham como pressuposto a “participação de todos, na busca do ‘desenvolvimento sustentável’ e administração da pobreza, frente à suposta diminuição da capacidade de intervenção do Estado e o seu enfraquecimento de seu papel regulador, provenientes de sua crise.” (CESAR, 2008:240) Essa preocupação se desdobrou na publicação de diversos documentos destas e outras agências como:

“o Unicef: ‘Adjustment with a human face’, 1987; o BID em conjunto com o PNUD: ‘Reforma social y pobreza’, 1993; e, mais recentemente, o próprio FMI vem demonstrando sua ‘preocupação’ com aquilo que chama de humanização da globalização [...]. (SOARES, 2002:21)

O desenvolvimento sustentável passou a ter uma definição oficial através da ONU. Em 1983, na sessão 38 da Assembleia Geral foi instituída a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Em 1987, na sessão 42 das Nações Unidas foi apresentado o relatório Brundtland, intitulado “Nosso Futuro Comum”, aprovado sem restrições pelos vinte e três membros da comissão. Neste relatório foi apresentado o conceito “oficial” de desenvolvimento sustentável. No entanto, apesar da versão oficial, é possível dizer que mais do que um conceito, desenvolvimento sustentável é uma idéia-força, expressão do ideário das classes dominantes e, por isto, se consagrou como a versão oficial. De acordo com Erling Lorentzen, presidente do Conselho

Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS): “Não é possível hoje pensar em sucesso se não houver preocupação com a sustentabilidade. É preciso haver uma sustentabilidade econômica e social também, para que as empresas se tornem competitivas mundialmente”. (<http://www.cebds.org.br/cebds/cebds-depoimentos.asp>)

A sustentabilidade econômica seria garantida, na ótica liberal, com a diminuição da regulação capital-trabalho pelo Estado, com a conseqüente perda dos direitos trabalhistas conquistados pelos trabalhadores no padrão anterior de acumulação do capital. A sustentabilidade social seria possível através da responsabilidade dos empresários, imprescindíveis ao desenvolvimento sustentável. As ações empresariais teriam neste sentido um caráter público, porém não-estatal.

Na década de 1990 a divulgação dos programas de desenvolvimento sustentável foi feita pelos empresários membros da Business Charter for Sustainable Development (BCSD), conselho de apoio à ONU, integrado por conselhos nacionais em cinquenta países. No Brasil, o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) foi a principal organização a divulgar o desenvolvimento sustentável, através de suas empresas associadas, promoção de cursos e sua revista Brasil Sustentável. O CEBDS representa grandes grupos empresariais, que respondem por mais de 30% do PIB nacional e atuam nas mais variadas atividades – capital financeiro, energia, transporte, siderurgia, metalurgia, construção civil, bens de consumo em geral e prestação de serviços.

O relatório Brundtland, além de ratificar a elaboração liberal do desenvolvimento sustentável, recomendou a realização da conferência sobre o meio ambiente e desenvolvimento. Esta recomendação foi ratificada em 23 de dezembro de 1989 com a aprovação em assembléia extraordinária das Nações Unidas para a realização da conferência. Desde então, teve início a elaboração de esboços do programa Agenda 21, que, como todos os acordos dos estados-membros da ONU, sofreram um complexo processo de revisão, consulta e negociação, culminando com a segunda Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, mais conhecida como Rio-92 ou Eco-92, em 1992 no Rio de Janeiro, onde representantes de 179 governos aceitaram adotar o programa, materializado no documento Agenda 21.

Em simpósio preparativo para a Rio-92, realizado com a presença de seiscentos empresários, o presidente do BCSD, Stephan Schmidheiny, resumiu nos seguintes pontos o modelo de sustentabilidade:

“o modelo de sustentabilidade a ser respeitado por governos e lideranças econômicas: promover uma economia de oportunidades para que as empresas tenham acesso aos mercados e tecnologias; diminuir a influência dos Estados no mercado; integrar valores ambientais às práticas comerciais; agregar valor aos recursos naturais utilizados no processo produtivo e estabelecer maior eficiência no processo econômico e no emprego de recursos naturais (gestão ambiental e tecnologia limpa).”
(LOUREIRO, 2011:50)

No documento Agenda 21, os empresários são reconhecidos como agentes fundamentais para o desenvolvimento sustentável e a diminuição da pobreza. Por esta razão, a responsabilidade social do empresariado precisa ser fomentada. Repetindo esta estratégia, Gaddotti, afirma que a aproximação dos empresários de uma “consciência ecológica” representa o “pontapé inicial de um novo projeto (paradigma) de sociedade, que indique a direção e forneça a força necessária para a construção de um novo mundo [...]” (GADOTTI, 2000:32)

A ação dos empresários “conscientes”, força para a construção do novo mundo segundo Gadotti, se materializa em ações de caráter neofilantrópico. Estas ações só podem ser entendidas como motor da transformação socioambiental desconsiderando o capitalismo, as classes sociais, a exploração, o bloco de poder e o padrão de acumulação do capital, como faz tão bem o próprio discurso empresarial. A partir de projetos de Responsabilidade Social, os empresários mobilizam indivíduos e organizações que materializam e divulgam o novo padrão de sociabilidade no Brasil.

Em 2010, a Responsabilidade Social no Brasil passou a ter uma norma técnica da ABNT. Esta norma tem a pretensão de auxiliar as organizações a contribuírem para o desenvolvimento sustentável. Esta norma não tem como fim servir de certificação ou uso regulatório ou contratual, muito embora os próximos anos demonstrarão como as empresas ou governos irão usar e divulgar a incorporação desta norma brasileira em projetos de Responsabilidade Social. A aparente falta de importância escamoteia o papel de ratificação que este documento tem sobre as ações empresariais de Responsabilidade Social que ganharam impulso considerável a partir da década de 1990. Ao mesmo tempo, o documento ratifica a relação divulgada pelas agências

privadas de hegemonia no Brasil, analisadas neste trabalho, entre a responsabilidade Social das empresas e o desenvolvimento sustentável.

Conclusões

Neste artigo foi possível identificar que a estratégia das empresas de associar responsabilidade social e sustentabilidade é organizada nacionalmente pelas organizações de mobilização, formulação e difusão do novo padrão de sociabilidade. A agenda formulada internacionalmente é encaminhada localmente, nos estados e municípios pelas frações locais da classe dominante.

A pesquisa que orientou este trabalho possibilitou algumas conclusões. Primeiramente, é possível afirmar que setores do empresariado no Brasil, a partir da década de 1990, foram portadores do projeto para um novo padrão de sociabilidade. A principal característica desta reorganização foi a difusão de diversos aparelhos privados de hegemonia para a formulação e divulgação desta nova sociabilidade no conjunto da sociedade. Estes aparelhos têm nos projetos de Responsabilidade Social uma de suas estratégias de educação política.

O discurso presente na normatização da Responsabilidade Social no Brasil, em 2010, as contradições entre as classes sociais, sem falar entre as frações de classes, desaparecem. A ação empresarial é identificada na normatização da Responsabilidade social como fundamental para o desenvolvimento sustentável, sendo, no entanto, reconhecido o aspecto altamente vantajoso para as organizações que incorporam em suas estratégias, principalmente de marketing, a Responsabilidade Social. Como é observado no documento, a Responsabilidade Social pode significar “ganhos reais” para as empresas, ou seja, valorizam suas marcas e agregam valor aos seus produtos. Neste sentido, a educação política realizada pelas empresas cumpre assim duas tarefas fundamentais para a estratégia de reorganização da sociabilidade do capital diante da crise: marketing para as empresas, resultando em uma melhora na relação da empresa com a sociedade e conseqüentemente na valorização de sua marca; e agregação de valor para as mercadorias, fundamental para a elevação das taxas de lucratividade das empresas. Para uma crise que tem duas dimensões: política e econômica, as classes dominantes produziram nas últimas décadas estratégias que dessem conta destas duas dimensões.

Referências Bibliográficas

- BAGNOLO, C.M. Empresariado e ambiente: algumas considerações sobre a Educação Ambiental no espaço escolar. **Revista Ciência & Educação**, v. 16, n. 2, p. 401-413, 2010.
- CESAR, Mônica de Jesus. “**Empresa – cidadã**”: uma estratégia de hegemonia. São Paulo: Cortez, 2008.
- DINIZ, Eli. **Globalização, reformas econômicas e elites empresariais**: Brasil anos 90. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.
- DUMÉNIL, Gerard; LÉVY, Dominique. O neoliberalismo sob a hegemonia norte- americana. In: CHESNAIS, François. (org.) **A Finança mundializada: raízes sociais e políticas, configuração, conseqüências**. São Paulo, SP: Boitempo, 2005.
- GADOTTI, Moacir. **Pedagogia da Terra**. São Paulo: Petrópolis, 2000.
- GENTILE, P. Neoliberalismo e educação: manual do usuário. In: GENTILI, P; SILVA, T. (Orgs.). **Escola SA**. Brasília: CNTE, 1996. P.9-49.
- GRAMSCI, Antônio. **Cadernos do Cárcere**. Vol. 1. Introdução ao estudo da filosofia. A filosofia de Benitto Croce. Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira, 1999.
- INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas**. São Paulo: Instituto Ethos/Sebrae, 2003.
- JANTSCH, A. P. e BIANCHETTI, L. (orgs.) **Interdisciplinaridade**: para além da filosofia do sujeito. 7ª edição. Petrópolis: Vozes, 2004.
- KISIL, Marcos. “A Fundação W. K. Kellogg e o desenvolvimento da enfermagem na América Latina”. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo> Acesso em 20 de junho de 2010, às 11h20min.
- LAMOSAS, R. A. C.. **A EA e a Nova Sociabilidade do Capital: um estudo nas escolas de Teresópolis**. Dissertação de mestrado, PPGE-UFRJ, 2010.
- LEHER, Roberto. **Neoliberalismo se apropria da idéia de “inclusão” para privatizar a educação**. Jornal dos Sem Terra. Nº 308, NOV-DEZ, 2010.
- LIMA, M. J. G. S. O que fazem as escolas que fazem educação ambiental no Rio de Janeiro? **Anais da 30ª Reunião da Anped: anped: 30 anos de pesquisa e compromisso social**. Caxambu (MG), 2007(CD).
- LOUREIRO, C. F. B. e COSSÍO, M. F. B. Um olhar sobre a educação ambiental nas escolas: considerações iniciais sobre os resultados do projeto “O que fazem as escolas que dizem que fazem educação ambiental”. In: MELLO, S. e TRAJBER, R. (orgs.) **Vamos cuidar do Brasil: conceitos e práticas em educação ambiental**. Brasília: MEC/UNESCO, 2007.
- LOUREIRO, C. F. B. **Sustentabilidade e educação: um olhar da ecologia política**. Rio de Janeiro: Editor Cortez, 2011.
- MARTINS, André S.. **A direita para o social: a educação da sociabilidade no Brasil Contemporâneo**. Juiz de Fora: UFJF, 2009.

_____. “Todos pela Educação: o projeto educacional de empresários para o Brasil Século XXI” Disponível em <http://www.anped.org.br/reunioes/31ra/1trabalho/GT09-4799--Int.pdf> Acesso em 05 de junho de 2010, as 23 h.

MENDONÇA, Sônia; FONTES, Virgínia. História do Brasil recente: 1964-1992. São Paulo: Editora Ática, 1996.

OLIVEIRA, Francisco; BRAGA, Ruy; RIZEK (Org.). Hegemonia às avessas. São Paulo: Editora Boitempo, 2010.

RODRIGUES, José. A educação e os empresários: o horizonte pedagógico do capital In **A experiência do trabalho e a educação básica**. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2002.

SOARES, Laura Tavares. **Os custos sociais do ajuste neoliberal na América Latina**. 2ª Ed. São Paulo: Cortez, 2002.

SOUZA, S. M. Z. L. Parceria escola-empresa no estado de São Paulo: mapeamento e caracterização. **Estado e Sociedade**, Campinas, v.21, n. 70, p. 171- 188, 2000.

VEIGA, A., AMORIM, E.; BLANCO, M. **Um Retrato da Presença da Educação Ambiental no Ensino Fundamental Brasileiro**: o percurso de um processo acelerado de expansão. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2005.