

Ética e Responsabilidade Social: uma exigência moral

Jovino Pizzi¹

Sandra Mara Garcia Henriques²

Resumo: Intitulado de Responsabilidade Social Corporativa ou Responsabilidade Social Empresarial, o tema recebe, atualmente, uma atenção especial. É objeto de estudo e pode ser considerado como um assunto de interesse local ou global. Por isso, a preocupação em estudar a temática demanda um esforço em torno aos fundamentos da responsabilidade social. Esse é o foco de interesse deste trabalho, com a intenção de colocar lado a lado duas perspectivas teóricas: o Utilitarismo de Mill e a definição kantiana. Mais que salientar os pressupostos dessas duas teorias, há, no Utilitarismo, limitações que transformam a responsabilidade em algo apenas aconselhável, enquanto que, na linha de Kant, ela representa uma obrigação moral.

Palavras-chave: Ética; responsabilidade social; Utilitarismo *versus* Kant.

1. Introdução

A responsabilidade social das empresas é, no momento, um assunto em voga. O assunto encontra muito prestígio nos meios de comunicação. Ao mesmo tempo, proliferam encontros, debates e publicações sobre o tema. Todavia, há uma desconfiança bastante grande em muitos setores, principalmente no âmbito acadêmico. Essa suspeita tem como pano de fundo a indagação sobre a possibilidade de ser ético em um modelo de sociedade que dá primazia ao capital, ao individualismo e à insolidariedade.

¹ Jornalista, professor de filosofia e pesquisador do CNPq.

² Acadêmica do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UCPel e bolsista de Iniciação Científica do CNPq.

Diante disso, é possível visualizar duas questões. Em primeiro lugar, há uma forte tendência em considerar, como moralmente responsáveis, não somente o comportamento das pessoas como tal, mas também o das empresas e das instituições. Na verdade, a exigência de um comportamento ético passou a ser uma questão tanto pessoal como institucional. Em segundo lugar, é crescente a propensão – dentro e fora da filosofia – em estabelecer vínculos entre ética e economia, ética e meio ambiente, ética e bioética, ética e gestão política, e assim por diante. Sem dúvida, a ética perdeu seus ares academicistas e ganhou um *status* social, isto é, alcançou reconhecimento entre os diferentes setores da sociedade e de muitas rodas de conversação.

Mesmo assim, existem objeções e, inclusive, uma descrença a respeito do tema. Os pontos de vista discordantes podem ser verificados em manifestações das mais diferenciadas, como: *Só faltava mais essa! Não há empresário que seja sério e busque fomentar a responsabilidade social. Vocês acham que eles estão a fim disso?*

Esses parecem ser alguns dos refrões de muitos empresários, administradores e, inclusive, professores. Se não bastasse a excessiva carga tributária das empresas, a nova onda está em reivindicar, atualmente, um comportamento ético das empresas. Em razão disso, proliferam cursos, publicações, disciplinas nas universidades, bem como novos departamentos ou setores nas empresas, preocupados com seu desempenho nas diferentes áreas de ação, com o fim de responder às exigências que o processo de globalização e as novas formas de gestão impõem às empresas e instituições. O apelo à responsabilidade social e ao compromisso ético das pessoas e das empresas é, certamente, um dos temas que fazem parte da rotina diária, não apenas da mídia, mas também de pesquisadores e gestores do setor público e privado.

A preocupação desta matéria se centra na exigência moral que essa responsabilidade social corporativa pressupõe. Para tanto, a reflexão pretende identificar, na teoria de Kant e no

Utilitarismo, os aspectos pertinentes à responsabilidade moral. Para explicar isso, dividiu-se o texto em duas partes. Na primeira, procura-se salientar a responsabilidade social como uma nova demanda para as empresas; na segunda, trata-se de identificar as possíveis intersecções entre a proposta kantiana e a utilitarista.

2. A responsabilidade social: a opção entre duas formas de gestão

Atualmente, as questões sobre as práticas éticas e morais vividas pela sociedade, o desenvolvimento responsável das diversas profissões e áreas do conhecimento, estão se tornando uma exigência cada vez mais reclamada. Nesse sentido, o comportamento das pessoas e das empresas passa a ser constantemente julgado e avaliado. Dessa forma, o estudo das diversas teorias éticas vem ganhando cada vez mais espaço, tanto no meio acadêmico como na sociedade, buscando divisar se o comportamento social (individual e empresarial) pode ser considerado coerente com o contexto social de uma sociedade em globalização.

Diante do estudo realizado pelo grupo de pesquisa *Ética e Responsabilidade social na mídia*, vinculado à Escola de Comunicação Social da UCPel, foi possível constatar que, embora cada vez mais debatidos, os conceitos de ética e as noções de responsabilidade social ainda continuam ofuscados, fazendo-se necessário, portanto, de uma melhor compreensão por parte das pessoas e da própria sociedade. Nesse sentido, a iniciativa do Curso de Contabilidade, da Universidade Católica de Pelotas, em introduzir, na grade curricular, a disciplina *Ética e responsabilidade social* é, sem dúvida, uma experiência importante. Além de demandar esforços para se suprirem as deficiências na área da formação, ela é um espaço significativo para se discutirem as bases ético-filosóficas da responsabilidade social e, assim, poder analisar as iniciativas coerentes com suas exigências (Pizzi, 2005).

Na verdade, o problema não se restringe ao estudo da filosofia, nem apenas na introdução de disciplinas nos cursos, mas também atenua a ausência de uma formação humanista. Os alunos entram na Universidade com poucas informações sobre a Filosofia desconhecendo, muitas vezes, os principais autores e as teorias éticas. Além disso, há uma forte tendência em centrar a formação no âmbito técnico-instrumental, deixando de lado as disciplinas de formação humanística. Os próprios currículos acadêmicos centram sua maior parte na capacitação instrumentária, centrada apenas na especialização e qualificação profissional. Somando-se a isso, existe também, entre os professores, uma inclinação a diminuir a importância relativa às questões humanas e ao comportamento ético, sejam elas de caráter filosófico ou cultural.

Tudo isso com a escusa de se adaptar ao mercado, afirmando-se que, na vida profissional, só vão examinar a capacidade técnica. Há, inclusive, entre os meios de comunicação, setores que descartam a capacidade humana e a preocupação com a ética. Além de contradizer as exigências do próprio mercado, essa tendência separa drasticamente a prática profissional das pessoas de sua vivência moral. Em outras palavras, trata-se de ver se as pessoas são hábeis para determinada atividade, sem a preocupação com o campo ético-moral.

Wittgenstein, um dos grandes teóricos do século XX, em sua *Conferencia sobre ética* (publicada em 1965, em *The Philosophical Review*), salienta que há uma diferença fundamental entre habilidades técnicas e comportamentos humanos. Para ele, a ética não se limita a investigar acerca do que é bom, mas do que é valioso ou daquilo que é, de fato, importante. Para Wittgenstein, a ética procura inquirir o “significado da vida ou, então, sobre o que faz com que a vida

mereça ser vivida, isto é, sobre a maneira correta de viver” (Wittgenstein, 1997, p. 34-5).³

Diante disso, o autor passa a discorrer, dizendo que as atividades humanas apresentam, por um lado, um modo “trivial ou relativo” e, por outro, um aspecto incondicional. No primeiro caso, saber, por exemplo, se uma *cadeira* cumpre os propósitos pré-determinados é algo trivial ou relativo, na medida em que satisfaz um *standard* específico da própria cadeira. Diante disso, Wittgenstein (Op. Cit.) afirma que ser um bom jogador de tênis não implica em uma exigência moral, pois alguém poderia simplesmente dizer que não pretende ser um exímio jogador, uma vez que está apenas ocupando o tempo com uma atividade que lhe apraz.

No entanto, quando se trata do comportamento e das ações, a questão é, segundo Wittgenstein (Op. Cit.), muito mais exigente. O fato de uma pessoa dizer a alguém que está agindo como se fosse um animal já implica um valor, pois se presume que um ser humano possa agir incongruentemente com a sua condição humana. Certamente, a referência à animalidade se relaciona ao caráter bestial e à condição de brutalidade frente aos demais sujeitos. Todavia, há, nisso, um indicativo que permite visualizar e distinguir o aspecto técnico-instrumental das atividades humanas (mesmo as profissionais) das exigências morais, as quais assumem um aspecto imperativo.

Nesse sentido, muito antes de Ludwig Wittgenstein (1889-1951), dois autores já haviam percebido a importância do tema: John S. Mill (1806-1873) e Immanuel Kant (1724-1804). É possível encontrar, em Mill e Kant, aspectos teóricos que, por serem contrapostos, possibilitam uma análise mais congruente com as tendências acima delineadas. Em muitos aspectos, a proposta de Kant e o utilitarismo de Mill indicam pontos de vista diferenciados e podem contribuir na compreensão dos conceitos

³ Para este trabalho, utilizou-se a edição espanhola, traduzida por Fina Birulés (1997).

de ética e de responsabilidade social e sua relação com o atual processo de globalização.

Kant sustenta o princípio da universalidade das ações, ou seja, os indivíduos devem agir tendo em vista o princípio válido para todos, isto é, para qualquer ser humano. O aspecto objetivo do imperativo categórico salienta a obrigação de agir conforme uma lei incondicional, sendo necessário, para tanto, a educação da vontade. Dessa forma, as formulações do imperativo categórico prescrevem que, ao agir, as ações jamais devem utilizar os indivíduos como um meio, mas sempre como um fim. Há, portanto, uma diferenciação determinante entre o âmbito técnico-instrumental e a conduta humana, pois o agir moralmente justo remete a uma teoria ético-filosófica que define como correta a ação submetida a esse princípio universal de valores morais (Borges, 2003, p. 18).

A proposta de John Stuart Mill fundamenta-se no Utilitarismo, preocupado em definir como corretas e justas as ações dos indivíduos voltadas à busca da maior felicidade para o maior número possível de pessoas. O Utilitarismo tem por princípio a idéia de maximização da felicidade, em que “uma ação só pode ser considerada moralmente boa ou má se consideradas suas conseqüências, boas ou más, para a felicidade dos indivíduos envolvidos” (Audard, 2003, p. 738).

Embora possa ser precipitado identificar as conseqüências disso, é possível inferir que existe, na perspectiva kantiana, uma exigência original em relação à responsabilidade. Em outras palavras, Kant não isenta ninguém, nem concede favores especiais a nenhuma pessoa ou empresa, pois não há desculpas que justifiquem qualquer atitude anti-ética. Por isso, agir moralmente bem é uma exigência imprescindível. Essa é também a perspectiva de Hans Jonas, em seu livro *El principio de la responsabilidad*, no qual defende uma ética voltada para o futuro. Nesse caso, a responsabilidade social é um imperativo, nunca algo relacionado com a boa vontade ou uma escolha pessoal.

Na perspectiva utilitarista, o resultado não seria bem esse, pois a responsabilidade social representa unicamente um indicativo, ou seja, uma recomendação que pode, ou não, ser aceita. A conveniência de aceitar seria contemplada pelo cálculo da utilidade, procurando sempre o que é bom, de acordo com a satisfação da maior parte das aspirações. Na verdade, o compromisso social obedece a fins voltados apenas à felicidade, priorizando aquilo que produz o maior saldo líquido de utilidade (Carvalho, 2001, 108). Dessa forma, a responsabilidade social obedeceria a um cálculo entre o desejável e o exigível, passando a ser algo apenas recomendável ou aconselhável.

Essas duas tendências remetem ao giro ético e às novas demandas para as empresas e instituições. Se, por um lado, existe uma exigência imprescindível diante de normas morais, há, por outro, uma recomendação em agir bem, sem, portanto, transformar-se em algo imperativo.

3. O giro ético e as novas demandas para a gestão empresarial

O final do século passado introduziu mudanças profundas. Dentre elas, surge um novo âmbito dentro da filosofia moral: as éticas aplicadas. Elas surgem no final da década de 1960 e início anos 1970 e se fundamentam, basicamente, pelo estabelecimento de vínculos entre os diversos campos da vida prática. A partir de distintas esferas da vida social (sanidade, desenvolvimento, empresa, meios de comunicação etc), procura-se uma “remoralização” da vida cotidiana. Nesse horizonte, surgem a bioética, a ética empresarial e das organizações, a ética dos meios de comunicação, a ética e economia, a ética e meio ambiente, e assim por diante (Cortina, 2005, p. 11 ss). Assim, em ética aplicada, não se trata apenas de empregar certos princípios, definidos através do processo de fundamentação, mas de aplicá-los em casos específicos.

Além do aspecto teórico, o estudo se volta às questões relacionadas com as biotecnologias, às várias dimensões das

organizações empresariais, à atividade econômica, ao desenvolvimento dos povos, ao exercício das profissões, às consequências das novas tecnologias, à estrutura dos meios de comunicação, à revolução da informática, à construção da paz etc. (Cortina, 2003, p. 13).

Em muitas universidades começou a ser introduzida a ética aplicada como disciplina, de modo especial intitulada como Bioética ou ética dos negócios. Ao mesmo tempo começaram a proliferar diversas publicações, encontros e palestras sobre o tema (Edel et al., 1994, p. 2).

A ética aplicada surge para estabelecer um diálogo entre as teorias éticas e suas aplicações nas diversas áreas do conhecimento e em casos específicos. Trata-se, pois, de buscar impulsionar um maior entendimento ético, indicando, dessa forma, um novo panorama para a filosofia atual. Assim, “uma das razões do desenvolvimento da ética aplicada deu-se principalmente em função da necessidade de se resolverem os problemas relacionados à vida” (Borges et al., 2002, p. 8). Na verdade, a questão está em buscar “o que pode ser melhor para os seres humanos e, por isso mesmo, de configurar esse futuro” (Cortina, 2001, p. 174).

Para poderem responder a essas exigências, algumas empresas criaram inclusive um departamento voltado exclusivamente a isso, que se pode chamar de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) ou Responsabilidade Social Empresarial (RSE). A idéia de que as empresas deveriam assumir sua responsabilidade social vem do século passado. Todavia, alguns fatos transformaram o tema em uma convicção ainda mais emergencial. Por um lado, essa preocupação advém da mudança que diversos setores da sociedade estão proporcionando no sentido de expandir os benefícios da globalização a todos os seres humanos. Assim, orientar o mercado não significa submeter-se ao fatalismo inexecutável, mas uma questão de

escolha. Esse direcionamento deveria, pois, respeitar e promover princípios referentes aos direitos humanos, trabalhistas, ambientais e, inclusive, a eliminar práticas de corrupção.

Por outro lado, as exigências da responsabilidade social derivam da pressão que setores da sociedade exercem, tendo como ponto de partida a questão ambiental. Esse é outro tema que está em evidência. Entre perspectivas mais catastróficas e aquelas um tanto amenizantes em relação ao desequilíbrio ambiental, há, evidentemente, uma diferença considerável. Todavia, ninguém mais duvida ser essa uma questão crucial para o futuro da vida e do próprio planeta.

Essas questões se vinculam, de um modo ou de outro, à ética. É impressionante a quantidade de publicações sobre ética, ou seja, sobre ética e responsabilidade social, ética e meio ambiente, ética e empresas, ética e economia, ética e bioética, ética e mídia, e assim por diante. Há uma verdadeira transformação nesse campo, que se iniciou no final da década de 60 e início de 70 do século passado e hoje consolidou uma área de debate que envolve os diferentes setores da sociedade. O paradoxal é que esse debate acontece, em grande parte, fora da filosofia.

Atualmente a responsabilidade social é um assunto que cada vez mais ganha evidência em muitas empresas e está se transformando em política empresarial, assumindo, portanto, um papel importante na gestão. Como foi salientado, é possível identificar, nessa nova forma de gestão, duas tendências muito fortes. Por um lado, a exigência ética é vista como um custo a mais, um ônus a ser somado a outros tantos. Diante da sobrecarga de impostos, tributos e taxas, acrescentar mais um encargo seria onerar ainda mais as empresas e, portanto, tornaria ainda mais pesado o fardo das próprias empresas.

Sem dúvida, as empresas pagam uma quantidade enorme de tributos e, por isso, o compromisso com o desenvolvimento social é responsabilidade do Estado. Se ele não cumpre com tais exigências, deve-se modificar sua estrutura e sua forma de gestão.

A par dessa forma de encarar o tema, existe um crescente entusiasmo pela questão da responsabilidade social corporativa. Hoje, são muitas as empresas que assumem essa nova forma de gestão, incorporando, em estrutura, uma política voltada ao social, ecológico e humano. Essa política empresarial procura desenvolver atitudes éticas, tanto com os públicos internos como para os externos da empresa, em diálogo com a sociedade.

Essa foi a preocupação central da pesquisa. O trabalho foi analisar, através do conceito de responsabilidade social, quais deveres ou obrigações podem ser exigidos a qualquer pessoa que ocupa um papel social. Na verdade, quais critérios devem ser considerados para que uma pessoa ou empresa seja reconhecida como responsável pelo bem-estar dos diferentes públicos ou no cumprimento das atividades concernentes a sua responsabilidade, isto é, em agir de maneira razoável e prudente em prol do desenvolvimento humano e social.

Nesse sentido, foi também possível identificar equívocos na utilização do termo responsabilidade social. As distorções a respeito do tema e na condução da política de gestão podem ser traduzidas da seguinte forma:

- a) ações de beneficência filantrópica, que consistem em programas de doações destinadas a um público específico;
- b) campanhas sociais utilizadas como recurso estratégico de atividades direcionadas a ações de incentivo ou serviço a um determinado grupo ou causa;
- c) *marketing* institucional desenvolvido por empresas que se utilizam da divulgação de suas ações como uma autopromoção, não como um compromisso responsável destinado à sociedade, mas somente como uma estratégia empresarial.

Qualquer estrutura de poder necessita de reconhecimento social, ou seja, da convicção de que seu funcionamento responde a determinadas expectativas da sociedade e grupos afetados por sua atividade. Nessa necessidade de reconhecimento da empresa como corporação, evidenciam-se os perigos de uma responsabilidade restrita a um mero instrumento de

autopromoção empresarial. Dentro do jogo recíproco de expectativas com a sociedade, a empresa pode buscar seus interesses, enquanto que, de outro lado, a sociedade espera dela uma série de benefícios que garantem legitimidade ao seu papel social. Nesse caso, a responsabilidade se torna fator fundamental para a consolidação da imagem e marca da companhia nos dias de hoje.

Quando se fala de empresas informativas, diz-se que sua responsabilidade se relaciona a dois fatores: o econômico, como motor da atividade empresarial, e o jurídico, como marco mínimo de controle. Entretanto, sendo a responsabilidade a capacidade de responder à sociedade por aquilo que fazemos ou deixamos de fazer, exige-se um outro aspecto, o moral. Para García-Marzá, os termos do contrato moral não podem reduzir-se às vantagens econômicas, pois, nesse caso, presumir-se-ia que uma empresa que ganhasse muito dinheiro mereceria o qualitativo de ética. E acrescenta ainda: não é possível restringir a gestão à responsabilidade legal (2003, p. 51).

O avanço das tecnologias sobre a sociedade atual aponta para a necessidade de uma noção complementar de responsabilidade, em que novas modalidades do agir humano implicam deveres e obrigações inéditos. Acentua-se, desse modo, a noção de responsabilidade, uma forma de adaptação aos novos contextos do agir humano, tendo em vista as conseqüências do agir, um comportamento que vai muito além das intenções. Evidentemente, o aspecto jurídico indica que o tratamento institucional já deu um sentido para as ações. Entretanto, o giro tecnológico das sociedades atuais alterou profundamente a estrutura do que significa ser responsável (relação entre saber, capacidade e poder). Nesse sentido, Canto-Sperber entende que é importante

saber se nossa noção de responsabilidade deveria adaptar-se a contextos em que nossos atos, além de poderem ocasionar riscos consideráveis, implicam conseqüências que vão muito além de nossas intenções,

trata-se de fato de um problema de responsabilidade (2003, p. 506).

Dessa forma, a expansão do saber científico causou um desenvolvimento das estruturas institucionais e um aumento das normas jurídicas diretamente proporcional à emergência de um discurso de responsabilidade e da necessidade de uma análise do conceito e de sua adequação à sociedade atual. Para Winkler,

atribui-se responsabilidade à observância/transgressão de normas morais. Estas podem ser determinadas como: deveres negativos: Estes deveres ordenam omissão de prejuízo direto aos outros (Não matará, enganará, roubará a liberdade de outros...). deveres estritos: estes mandam cumprir obrigações de papéis assumidos (para evitar prejuízo indireto de outros, que segue na inobservância de expectativas institucionalizadas) e apoiar alguém numa situação aguda de penúria, quando se é o próximo. Amplos deveres positivos (superrogatórios) estes recomendam exercer beneficência (2002, p. 568).

A partir destas observações, é possível considerar que a ética e a responsabilidade social podem ser consideradas como complementares uma da outra, ou seja, conjugam a teoria com a prática. Desta forma, a teoria estudada que melhor se aproximou dos conceitos de responsabilidade social foi a teoria ética kantiana, pois ela tem como base os princípios da universalidade e, como exercício de responsabilidade social, ela exige dos indivíduos a responsabilidade por suas ações e pelo o desenvolvimento social, tratando-se de uma obrigação moral exigível a todos os atores sociais (indivíduos ou empresas).

Da mesma forma, a limitação do conceito utilitarista de responsabilidade torna-se evidente. De acordo com o utilitarismo, os indivíduos devem buscar a felicidade e o benefício a ser conseguido para o maior número de pessoas, ou seja, destinado a um grupo específico de pessoas, assemelhando-se aos conceitos de filantropia, campanhas sociais e *marketing*

institucional. Além disso, o utilitarismo evidencia-se por transformar a responsabilidade social a algo ligado ao simples aconselhamento ou sugestionabilidade. Dentro dos parâmetros utilitaristas, não há como exigir um compromisso de todos, pois se atém apenas a uma disposição ou iniciativa convencional da empresa ou instituição.

Diante disso, pode-se concluir que a responsabilidade social vincula-se a preceitos éticos. Todavia, o fato de alguns conceitos serem utilizados de forma equivocada – ora por falta de conhecimento, ora por interesses empresariais – a responsabilidade social virou sinônimo de *marketing* e de promoção da imagem institucional. Dentro de um sistema capitalista, ela se transformou em propaganda para o acúmulo de capital. No entanto, diante dos desequilíbrios da sociedade atual, torna-se cada vez mais evidente a importância da responsabilidade social para o bom desenvolvimento empresarial, humano e social. Trata-se, pois, de apostar por ações que visem não apenas à autopromoção, mas o progresso e desenvolvimento da sociedade, em que todos os atores sociais devem ser considerados como seres participativos e responsáveis por esse processo e pelo futuro da própria humanidade.

Abstract: To give a title of Corporate Social Responsibility or Managerial Social Responsibility, the subject receives nowadays a special attention. It is the topic of studies and it can to be considered as the issue of local and global interest. Then the concern of studying this theme demands an effort about the basis of the social responsibility. This is the interest focus of this work, with the intention the put face to face two theoretical perspectives: the Mill Utilitarianism and Kant' definition. Rather than emphasize the foundations of both theories, there are limits in the Utilitarianism that transform the responsibility into something advisable, while in the Kant's perspective the responsibility represents a moral obligation.

Key words: Ethics; social responsibility; Utilitarianism vs. Kant.

Referências

- AUDARD, C. Utilitarismo. In: CANTO-SPERLBER, C. *Dicionário de ética e filosofia moral*. V. 2., São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2003, p. 737-744
- BORGES, Maria de Lourdes et al. *Ética*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2002.
- CANTO-SPERLBER, C. *Dicionário de ética e filosofia moral*. São Leopoldo, Editora UNISINOS, 2003.
- CORTINA, Adela. El quehacer público de las éticas aplicadas: ética cívica transnacional. In: CORTINA, A. e GARCÍA-MARZÁ, D. (Org.). *Razón pública y éticas aplicadas. Los caminos de la razón práctica en una sociedad pluralista*. Madrid: Tecnos, 2003, p. 13-44.
- CARVALHO, M. C. M. de. Por uma ética ilustrada e progressista. Uma defesa do Utilitarismo. In: OLIVEIRA, M. A. de. *Correntes da ética contemporânea*. 2 ed., Petrópolis: Vozes, 2000, p. 99-117.
- EDEL, Abraham et al. *Critique of applied ethics. Reflections and recommendations*. Philadelphia: Temple University Press, 1994.
- GARCIA-MARZÁ, D. Confiança e poder: A responsabilidade moral das empresas de comunicação. In: *ECOS Revista*, v. 7, n. 1, p. 39, Pelotas, EDUCAT, 2003.
- JONAS, H. *El principio de la responsabilidad*. Barcelona: Herder, 1995.
- PIZZI, Jovino. *Ética e responsabilidade social*. Pelotas, EDUCAT, 2004.
- PIZZI, Jovino. *O conteúdo Moral do agir comunicativo*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2005.
- PIZZI, Jovino. Ética aplicada y responsabilidade social Uma experiência com alumnos universitários. In: ROMAN, Begoña e PALAZZI, Cristian (Ed.). *Hacia una sociedad responsable: reflexiones desde las éticas aplicadas*. Barcelona: Prohom Edicions, 2005, p. 243-254.
- WINKLER, Gertrud N. Responsabilidade. In: ENDERE, J. et. al. *Dicionário de ética econômica*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 1997, p. 567-571.
- WITTGENSTEIN, L. *Conferencia sobre ética*. 3 reimp., Barcelona; Buenos Aires; México: Paidós, 1997.