

Sumário

O negócio do social	7
O campo da intervenção social no Brasil	10
Os empresários e o social	20
A campanha pela responsabilidade social das empresas no Brasil	34
O marketing em torno do social ou “de como fazer o bem com ostentação”	46
Considerações finais	54
<i>Referências e fontes</i>	57
<i>Leituras recomendadas</i>	59
<i>Sobre a autora</i>	61