



## **RESPONSABILIDADE SOCIAL E TRABALHO DECENTE NO PARADIGMA ORGANIZACIONAL**

Trabalho apresentado ao NP 05 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

Caroline Delevati Colpo, professora do curso de Relações Públicas das Faculdades Integradas Univest.

### **Resumo**

Este trabalho versa sobre a responsabilidade social empresarial e a sua relação com o trabalho decente. Segundo o Instituto Ethos de Responsabilidade Social, um dos indicadores para que a empresa se afirme como tal é a oferta de trabalhos decentes. Com base em estudos realizados, analisar-se-á a responsabilidade social empresarial no que diz respeito ao tipo de trabalho oferecido aos seus empregados. Com este trabalho de pesquisa resultou a elaboração de um Índice Perceptivo de Trabalho Decente, que permite analisar o comprometimento da empresa com a empregabilidade de seus funcionários. Nesse sentido, este trabalho contém uma reflexão sobre a responsabilidade social empresarial e a qualidade dos postos de trabalho que as empresas oferecem a seus funcionários, diante de um cenário de flexibilização dos postos de trabalho frente ao paradigma organizacional.

**Palavras-chave:** responsabilidade social, trabalho decente, cultura organizacional, globalização

Diante da necessidade de oferta de melhores empregos, tendo em vista a flexibilização do mercado de trabalho, causado nos últimos anos pelo processo de globalização, as empresas privadas surgem como atores principais neste cenário. Perante a ineficiência do Estado para a solução de questões sociais e principalmente para a oferta de trabalhos, cabe às empresas preocuparem-se com as mazelas da sociedade.

Toda esta preocupação e comprometimento das empresas privadas com questões sociais, ambientais e muitas vezes econômicas têm-se denominado de Responsabilidade Social Empresarial. Como relata o artigo, este termo vem sendo utilizado há algum tempo e vem passando por uma série de interpretações diferentes no decorrer dos últimos anos. Entretanto, o que deveria ser usado em prol de uma sociedade mais igualitária, muitas vezes vem sendo usado como forma de criar uma imagem pró-ativa para as empresas.



Com a utilização do termo responsabilidade social para diferentes ações e funções sociais, o recorte deste trabalho fica restrito à utilização deste termo sob o viés do trabalho decente. Baseado nos indicadores do Instituto Ethos de Responsabilidade Social e na OIT (Organização Internacional do Trabalho), este trabalho traz ainda o embasamento teórico da utilização do termo “Trabalho Decente” ancorado nestes dois organismos de significância nacional e internacional.

Este recorte foi elaborado por pensar que a responsabilidade social deve começar “dentro de casa”, ou seja, primeiramente junto ao público interno. Assim, só se faz responsável social a empresa que é comprometida com seus funcionários e que, antes de buscar imagem positiva junto à sociedade que atua, busca consolidar o seu comprometimento com os seus funcionários.

### **1. Responsabilidade social como novo paradigma organizacional**

Muito se tem falado das alterações que vem ocorrendo nas sociedades nos últimos tempos. Os processos de desindustrialização de alguns países, contra a industrialização avançada de outros, fruto de um processo de dismantelamento das barreiras geográficas e econômicas, têm gerado certo desconforto social no que diz respeito à estabilização e inserção do indivíduo dentro deste novo paradigma.

Este processo de industrialização e desindustrialização dos países vai transformando os grupamentos sociais em uma “sociedade reflexiva” (BECK, 1997). O que antes era assegurado pelo Estado de Bem-Estar Social, agora passa a ser sentido com insegurança e incertezas pelos indivíduos. Neste sentido, o Estado deixou de ser o agente principal no processo de provisão de bens e serviços sociais e passou a ser o encorajador do mercado, dentro de um processo neoliberal. Abriu suas fronteiras para o capital internacional e criou políticas sociais sob novas bases.

Formou-se uma estrutura, a qual o Estado, mercado e sociedade compartilham o mesmo espaço, disputando quem possui maiores influências nos processos sociais, econômicos e políticos. O Estado, agindo como mero regulador de políticas internacionais, secundarizando as questões sociais, abriu espaço para um mercado transnacional, que busca lucratividade imediata à custa de menores custos de produção. Este, por sua vez, recaiu sobre a sociedade, em especial de países periféricos e semi-periféricos, que disponibilizou de uma estrutura flexibilizada de mão-de-obra.

Dessa forma, assiste-se a uma sociedade e Estado regulados pelo mercado e pelas organizações transnacionais. Estas empresas passaram a ter produtos desejados e



reconhecidos por todo o mundo. Deslocaram investimentos produtivos, transferiram tecnologia e geraram capacidade de inovação em pesquisa e desenvolvimento para os países que melhores condições ofereciam para a sua instalação, transnacionalizando, a partir do mercado, produtos, economia, cultura, valores sociais, capital social entre outros.

Nunca como nessa época de globalização, as empresas tiveram tanta liberdade de escolher como e onde produzir, para onde exportar e de onde importar e em quais sociedades penetrar. Os prejuízos, oriundos deste processo de globalização, não foram muitas vezes compreendidos e ainda não o são pelas sociedades, em razão das dificuldades de acompanhar as mudanças e operações das empresas multinacionais, ou ainda, segundo o Instituto Observatório Social (2004, p. 11 e 12), porque os impactos causados por este processo não são visíveis à maioria dos países e de sua população.

Para assegurar e controlar a desordem e o conflito social criado por este processo globalizante, tentou-se repensar uma nova maneira de agir, estendendo o alcance das organizações para as áreas da ação social, filiando-se como parceiras às agências de desenvolvimento social. A tentativa de desenvolver uma sociedade que dê ênfase aos elementos de coordenação funcional, de integração e consenso nas unidades de organização social passou a se tornar um interesse crescente de algumas estruturas empresariais. Portanto, a partir dos anos 80, algumas destas empresas, responsáveis por este processo de globalização, passaram a buscar com mais ênfase o significado de Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Responsabilidade das organizações em relação às alterações e modificações causadas nas sociedades modernas pelos processos de globalização. Estas responsabilidades estão relacionadas às decisões da empresa de participar mais diretamente das ações sociais, culturais, políticas, ambientais e econômicas da sua região de atuação.

## **2. As diferentes versões de responsabilidade social empresarial**

Vale recordar que a idéia de colaboração mais efetiva da empresa com temas ligados à área social não é nenhuma novidade. Robert Owen (1773 – 1858), sociólogo inglês, se tornou um próspero industrial, que acreditava numa relação mais solidária entre o capital e o trabalho. Assim, aplicou algumas idéias nas empresas que ele passou a dirigir, como diminuição da jornada diária de trabalho, aumento nominal dos salários e implementação de creches, hospitais e escolas para os filhos dos funcionários. O resultado foi um crescimento extraordinário dos lucros, além de suas empresas passarem



a se tornar um referencial para a legislação social. Owen preocupou-se com as condições desumanas dos trabalhadores. Sua crença baseava-se na impossibilidade de se formar uma pessoa superior, num sistema egoísta e explorador como era o capitalismo daquela época (GOMES, 2002, p. 21 a 31).

O debate sobre responsabilidade social das empresas, em relação à sociedade, é marcado por diferentes perspectivas dos atores sociais que com ela interagiram no decorrer dos últimos períodos históricos. Um momento marcante que colocou em discussão as responsabilidades das empresas em relação à sociedade aconteceu na década de 50 nos Estados Unidos. Era período pós-guerra e o poder das empresas norte-americanas tinha crescido muito em decorrência da Segunda Guerra. Foi quando surgiu o debate sobre quais retornos que as empresas deveriam oferecer à sociedade. A principal discussão é que as grandes empresas deveriam, de alguma forma, ajudar os grupos menos favorecidos da sociedade.

Essas argumentações foram e hoje ainda são rebatidas por aqueles que defendem que a função social de uma empresa é apenas gerar resultados. Nesta perspectiva, o bem estar da sociedade só é garantido se a empresa cumprir a sua função principal, ou seja, produzir bens e serviços com lucro e garantir retorno para seus proprietários e acionistas. Com a geração de lucro a empresa garante produto de qualidade, empregos e salários para os trabalhadores, além de benefícios para toda a sociedade, por meio de impostos e taxas pagas ao governo, que deveria ser o verdadeiro responsável pela gestão das políticas públicas. Dessa forma, a responsabilidade social era pensada como a melhor alocação de capital. Oferecer um outro destino ao capital significaria reduzir a geração de riquezas (Instituto Observatório Social, 2004, p. 17).

A percepção de que a responsabilidade social empresarial deve anteceder a realização do lucro começou a ser construída a partir da década de 60, quando estas passaram a sentir de maneira contundente a pressão que a sociedade civil poderia exercer sobre os negócios. Notou-se que as empresas eram suscetíveis e dependentes das relações com outras organizações como os sindicatos, associações, movimento de consumidores, o próprio Estado, entre outros, o que modificou a forma, as regras e os papéis desempenhados por estas empresas.

A década de 70 também serviu para tornar mais consciente a percepção das empresas como atores dinâmicos e dependentes das relações estabelecidas com os demais segmentos da sociedade. Como resultado deste processo, organizações



internacionais aprofundaram o debate sobre como lidar com o alcance social das organizações multinacionais.

No final da década de 80 e durante quase toda a década de 90, as grandes empresas passaram por um forte processo de reestruturação produtiva. Diante de uma política neoliberal, a abertura dos mercados facilitou a transferência de empresas multinacionais para os países periféricos, criando uma diversidade de modelos de organizações e tornando seus vínculos com entidades locais ainda mais complexos. Isto possibilitou ver que o processo de globalização não era uma “via de mão única” (Instituto Observatório Social, 2004, p.19). As organizações da sociedade civil começaram a reagir em defesa de seus direitos e na década de 90 começou a ser elaborado um novo posicionamento e uma nova discussão sobre a responsabilidade social nas empresas.

Nesta nova versão de RSE, a principal preocupação voltou-se para uma maior operacionalização de suas práticas sociais, extrapolando a simples filantropia. A responsabilidade social passou a ser considerada um elemento importante para o desenvolvimento dos negócios e para estabelecer relações positivas das empresas com a sociedade.

Segundo Votaw (*apud* Cardoso, 2002, p.7), a responsabilidade social significa algo, mas nem sempre a mesma coisa para todos. Para alguns, ela representa a idéia de responsabilidade ou obrigação legal; para outros, significa um comportamento responsável no sentido ético; para outros, ainda, o significado transmitido é o de responsável por, num modo casual. Muitos, simplesmente, equiparam-na a uma contribuição caridosa e outros a tomam pelo sentido de socialmente consciente.

Mas ainda nos dias de hoje, há quem defenda que a principal função de uma empresa é a realização de lucro. Milton Fridman, economista americano, é um dos principais defensores desta corrente. Para ele, não cabe às corporações qualquer tipo de responsabilidade social, principalmente quando essas ações comprometem diretamente o retorno para os acionistas, o preço para os consumidores e a diminuição do salário dos empregados (Instituto Observatório Social, 2004, p.18).

O desenvolvimento da sociedade industrializada e a constante reorganização da produção reforçam o entendimento das empresas como sistemas abertos, dependentes diretamente de interação com diferentes grupos da sociedade. Esta interdependência coloca em outro patamar a relação das empresas com a realização de lucro. Ao considerar a relevância de outros atores para a sobrevivência em longo prazo, não é

possível para as empresas determinar como sua função máxima apenas gerar lucros e cumprir a lei em curto prazo. As organizações devem estabelecer relações positivas com diferentes grupos de atores sociais com os quais interage.

Mas o que ocorre hoje é que muitas empresas estão realizando efetivamente fatos ligados a uma política assistencialista, defendida como pano de fundo das campanhas de empresas solidárias, para mascarar a verdadeira intenção de muitas empresas, que é conter ou acomodar a população mais humilde e, via de regra, mais explorada, além de usar estes atributos para fazer o que se chama de marketing social.

Max Weber (1994) diz que a ação social (incluindo omissão ou tolerância) orienta-se pelo comportamento de outros, seja este passado, presente ou esperado como futuro (vingança por ataques anteriores, defesa contra ataques presentes ou medidas de defesa para enfrentar ataques futuros). Os “outros” podem ser indivíduos ou conhecidos ou uma multiplicidade indeterminada de pessoas completamente desconhecidas. Dinheiro, por exemplo, significa um bem destinado à troca, que o agente aceita no ato da troca, por que sua ação está orientada pela expectativa de que muitos outros, porém desconhecidos e em número indeterminado, estarão dispostos a aceitá-lo também, por sua parte, num ato de troca futuro.

Weber, tal como exposto acima, ensina que a ação social é um movimento de grupos com interesses bem definidos. Nesse contexto, então, a ação social, de acordo com uma definição consistente e científica, pode ser também aquela realizada pelos grupos empresariais, uma vez que tem um fim claro e objetivo, seja ele comercial ou social.

Já Émile Durkheim (1999), entende ação social ou solidariedade como um sistema em que nenhuma das partes da cadeia possa ficar prejudicada. Em outras palavras, não se pode considerar uma ação plenamente social quando uma destas partes tenha prejuízo de qualquer natureza. Talvez, a visão de Durkheim do fato social possa explicar o que se está tentando elaborar como o “atual estágio de responsabilidade social” que, visto pelas organizações empresariais, consiste em maneiras de agir, de pensar e de sentir, exteriores ao indivíduo, dotadas de um poder de coerção. Por conseguinte, não poderiam se confundir com fenômenos orgânicos, pois consistem em representações e em ações, nem com os fenômenos psíquicos, que não existem senão na consciência individual e por meio dela.

Dentro desta observação pode-se levantar algumas contradições que são vistas pelas empresas no que diz respeito à responsabilidade social e marketing social.



Segundo Melo Neto e Froes (1999, p.95 e 96), quando uma empresa deixa de cumprir suas obrigações sociais em relação aos seus empregados, acionistas, consumidores, parceiros e comunidade, ela perde o seu capital de responsabilidade social, ou seja, perde a sua credibilidade. A sua imagem é prejudicada.

Alguns estudiosos dos assuntos sociais das empresas, como Quintão (1996), afirmam que ações sociais desenvolvidas por empresas não trabalham com marketing, mas sim trabalham dando informações para satisfazer às necessidades dos indivíduos em relação à organização que de alguma forma está ligado. Segundo uma pesquisa realizada nos EUA pelos institutos *Cone Communications e Roper Group*, foi possível demonstrar que 76% dos consumidores preferem marcas e produtos envolvidos com algum tipo de ação social, desde que tenham preço e qualidade competitivos (MELO NETO E FROES, 1999, p.101).

No entanto, a corrente teórica de administradores contemporâneos como Drucker (2000) e Kotler (2001) afirma que ações sociais agregam benefícios financeiros às empresas, tais como: ganhos de imagem corporativa, popularidade dos dirigentes, maior disposição dos fornecedores em realizar parcerias com as empresas, maior fidelidade dos clientes atuais e oportunidades de conquistar novos clientes e ainda maiores vantagens competitivas (marca e produtos mais fortes e conhecidos no mercado). Neste sentido, as teorias administrativas contemporâneas permitem inferir que ações sociais não representam apenas o potencial de “informação” aos cidadãos e sim um fortalecimento de imagem o que corresponde ao marketing social, e como consequência aumento dos resultados financeiros das empresas.

Dessa forma, pode-se verificar a confusão no uso dos termos responsabilidade social e marketing social. Toda a ação socialmente responsável pode tornar-se marketing social baseada em atividades de longo prazo, continuadas e que transcendam a legislação, trazendo desta forma resultados positivos para a organização e sociedade. Mas deve-se deixar claro que nem todo o marketing social é responsabilidade social, uma vez que algumas ações sociais são praticadas somente em busca de ganhos de imagem, fazendo assim uma maquiagem na empresa.

### **3. Indicadores de trabalho decente**

O mercado de trabalho brasileiro sofre as crises de uma economia desestabilizada. Este processo se caracteriza pelo intenso fortalecimento das empresas



perante uma massa assalariada cada vez mais fragilizada. O índice de trabalhadores informais cresce vertiginosamente. Vivemos um estado de insegurança social permanente que afeta a maior parte das categorias populares, desestabilizando as suas condições sociais e econômicas. Segundo Castel (2004, p.40)

La inseguridad social no solo mantiene viva la pobreza. Actúa como un principio de desmoralización, de disociación social, a la manera de un virus que impregna la vida cotidiana, disuelve los lazos sociales y socava las estructuras psíquicas de los individuos.

Os trabalhadores perdem a sua consciência de inserção e coesão social, tendo em vista a condição de insegurança social e insustentabilidade dos seus empregos. Não se sentem seguros pela instabilidade de seus trabalhos, o que gera um sentimento de exclusão social. Portanto, este trabalho sugere um índice perceptivo de trabalho decente, que permite analisar a visão que os trabalhadores possuem dos seus empregos. Para tal, alguns indicadores foram criados de modo a analisar até que ponto o trabalho destes funcionários pode ser considerado decente.

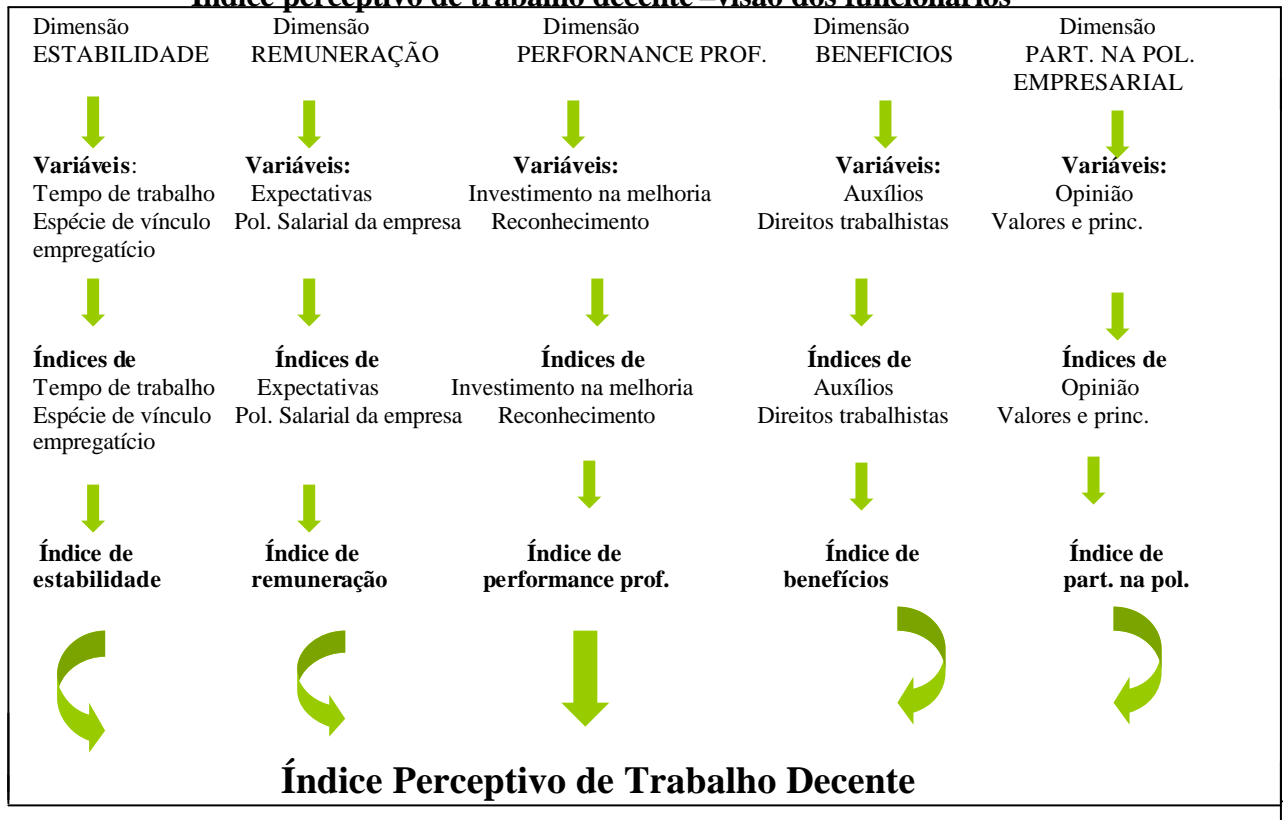
A primeira dimensão está baseada na *estabilidade* do funcionário tendo como variáveis o tempo de trabalho deste empregado na empresa e o tipo de vínculo empregatício, ou seja, permanente, contratado, terceirizado ou estagiário. A segunda dimensão permeia a *remuneração* do funcionário. Suas variáveis estão baseadas no salário e na política salarial da empresa. A terceira dimensão está alocada na *performance profissional*. As variáveis para o alcance deste índice se traduzem no investimento e melhoria do desempenho do trabalhador. A quarta dimensão refere-se aos *benefícios* oferecidos pela empresa para seus trabalhadores. As variáveis para chegar ao índice de benefícios são auxílios para os funcionários e seus dependentes como ajuda na educação, alimentação, habitação e saúde e o cumprimento dos direitos trabalhistas como férias remuneradas, 13º salário, FGTS, entre outros. A última dimensão está ligada à participação do funcionário na *política empresarial*.

A terminologia “trabalho decente”, que foi abordada neste trabalho para a criação do Índice Perceptivo de Trabalho Decente, é utilizada pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Social no que se refere ao comprometimento da empresa frente ao seu público interno. Porém, este indicador de responsabilidade social é somente a visão por parte dos empregadores. Dessa forma, a empresa pode ser rotulada de responsável social pelo fomento de trabalhos decentes, através da opinião administrativa. O que se busca com este índice perceptivo de trabalho decente é a visão do funcionário acerca de seu emprego. Será que ele considera o seu trabalho decente, assim como o seu empregador?



Portanto, este índice perceptivo está fundamentado em cinco dimensões que se subdividem em dez variáveis, sendo que estas irão resultar novamente em cinco índices diferentes que unidos formarão então o índice perceptivo de trabalho decente (conforme gráfico).

### Índice perceptivo de trabalho decente –visão dos funcionários



#### 4. Trabalho decente como indicador de responsabilidade social

Os muitos conceitos de responsabilidade social trazem consigo o argumento do interesse das empresas na qualidade de vida da sociedade na qual estão inseridas, ou seja, nos seus mais diversos públicos. O Instituto Ethos descreve que cada vez mais, as empresas estão percebendo o quanto a responsabilidade social é um tema que não está restrito somente as ações sociais desenvolvidas pela organização na comunidade. Implica também, em práticas de diálogo e interação com os demais públicos da empresa, como colaboradores, consumidores e clientes, fornecedores, meio ambiente, governo e sociedade.

O Instituto Ethos de Responsabilidade Social desenvolveu indicadores específicos que abrangem dilemas e peculiaridades do setor empresarial no Brasil. Estes indicadores estão divididos em sete grandes temas: valores e transparência, público interno, meio ambiente, fornecedores, consumidores e clientes, comunidade, governo e sociedade.



Neste trabalho buscou-se analisar o indicador público interno, no que diz respeito ao seu subitem “trabalho decente” (Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial 2003).

Baseados na terminologia de trabalho decente utilizada pela OIT (Organização Internacional do Trabalho), pode-se observar que as empresas procuram formas de competir no mercado, reduzir custos de produção e aumentar lucros. Uma destas formas é a reestruturação produtiva, conjunto de mudanças que ocorrem dentro da empresa, envolvendo novas relações de produção e trabalho. Em nome das qualidades de produtos e serviços prestados, as empresas passaram a adquirir inovações tecnológicas e a exigir um novo perfil do trabalhador. Novas relações de produção e trabalho foram construídas a partir da horizontalização, ou seja, eliminação de alguns postos de trabalho dentro da estrutura da empresa e da troca de conhecimentos e experiências dos trabalhadores. Segundo o Instituto Observatório Social (2004, p.12), esse conjunto de mudanças teve diferentes significados para as empresas, trabalhadores e sociedade civil.

Em muitas regiões e países, a globalização provocou o rebaixamento dos padrões de emprego e a fragilização das condições de vida da população. Para os trabalhadores, considerados pelos teóricos de responsabilidade social como público com ligação direta com a organização, a mudança na relação com a empresa envolveu a flexibilização das relações de trabalho, com a precarização das condições de trabalho e do vínculo empregatício. As empresas passaram a fazer novas exigências de formação e capacitação profissional, querendo um trabalhador mais qualificado e polivalente (Instituto Observatório Social, 2004, p.12).

Estes e mais alguns fatores tem levado a sociedade civil a questionar a legitimidade e a identidade destas empresas: as grandes mudanças de denominação, até mesmo a nacionalidade, as demissões em massa, as diferentes formas de trabalho temporário que fragilizam as populações que esperam das empresas proteção e estabilidade. Em um movimento de reação às denúncias das sociedades, as empresas sentiram necessidade de dar respostas a estas questões.

Logo, a responsabilidade social é um movimento das grandes empresas que procuram ajustar suas operações produtivas e suas relações sociais às expectativas de atores sociais. Isto passa a se tornar um enorme desafio para estas organizações que nem sempre tem sua conduta globalizada.



Conforme o Instituto Observatório Social (2004), em meados da década de 90 o Brasil passou por um intenso processo de mudanças econômicas e políticas, marcado principalmente pela criação do Plano Real, pela abertura da economia e pela privatização das empresas estatais. Com a abertura da economia, as empresas ficaram expostas a uma brutal concorrência externa. Este quadro, somado aos novos modelos de gestão implementados pelas grandes empresas, contribuiu para o aumento do número de desempregados e para a proliferação de precárias condições de trabalho.

Neste sentido, o Instituto Ethos de Responsabilidade Social criou uma série de indicadores, que devem ser seguidos pelas empresas para que se tornem “empresas cidadãs” ou “responsáveis sociais”. Um desses indicadores se chama *Compromisso com o desenvolvimento profissional e empregabilidade*, que descreve que “cabe à empresa comprometer-se com o investimento na capacitação e desenvolvimento profissional de seus empregados, oferecendo apoio a projetos de geração de empregos e fortalecimento da empregabilidade para a comunidade com que se relaciona” (Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial 2003).

Este indicador de responsabilidade social, juntamente com outros, como por exemplo, o tempo que o funcionário está trabalhando na empresa, a sua mobilidade ocupacional, a possibilidade de ascensão profissional, sua participação na política, gestão e estratégia da empresa, a remuneração, benefícios, reconhecimento da performance profissional, entre outros, é o que vai definir, o “Trabalho Decente” e desta forma, quase que automaticamente, afirmar que a empresa que se enquadrar dentro destes quesitos é responsável socialmente.

Então, neste mundo de trabalho flexível, onde o capital transnacional, fruto da globalização econômica, impõe suas condições, a dificuldade de sobrevivência está em quem precisa aceitar estas condições. Contudo, cabe ao segundo setor das organizações, constituído pelo empresariado em geral, junto com o terceiro setor das organizações, compostas por ONG's, entidades de direitos civis, agências de desenvolvimento social, unirem-se para suprir uma lacuna deixada pelo Estado – primeiro setor – no que diz respeito a qualidade dos empregos oferecidos para a população, que necessita de uma fonte de renda para não entrar em uma parcela da sociedade que, hoje, chamamos de “novos excluídos”. Segundo a Organização Internacional do Trabalho (2002),

la presión competitiva cada vez mayor que impera en la economía global hace que las empresas estén menos dispuestas o que tengan

una menor capacidad para asignar fondos a la protección social. La capacidad de los Estados para recaudar impuestos y financiar la política social se halla también bajo presión. Al mismo tiempo, lograr los objetivos económicos depende de condiciones sociales previas. Hay que preguntarse, pues, si los gobiernos deberían dar prioridad al crecimiento económico dirigido por el mercado y, posteriormente, tratar de abordar las consecuencias sociales o si, por el contrario, los sistemas económicos eficaces tienen que incorporarse en un marco social de derechos, participación, diálogo y protección. Muchos alegan que hay soluciones de compromiso entre la calidad y la cantidad de empleo, y entre el gasto social y la inversión, y que la reglamentación proteccionista socava la flexibilidad y la productividad empresariales. Ahora bien, en contrapartida, el *trabajo decente* puede producir buenos resultados al aumentar la productividad. Estas relaciones tienen que examinarse con más detenimiento a fin de evaluar los verdaderos costos y beneficios del *trabajo decente*. Los objetivos del *trabajo decente* forman parte de una estrategia óptima para lograr la competitividad empresarial. Cuando las empresas se ven confrontadas con presiones cada vez mayores por parte de la competencia, pueden reaccionar reduciendo los costos, incluso los laborales. Por el contrario, las mejoras de las calificaciones, las adecuadas condiciones de trabajo y la satisfacción del trabajador pueden redundar en una mayor productividad de los lugares de trabajo y en el aumento de la competitividad de las empresas.

Este sentimento de desamparo que a sociedade vem sentindo em relação ao Estado, é reforçado pelo fato deste estar passando por uma profunda reestruturação e rediscutindo a sua função social – que desde o pós-guerra era considerado o guardião das garantias sociais. Agora, aqueles que desfrutavam do acesso aos bens públicos e a benefícios sociais, vêem-se ameaçados nestes direitos, o que gera um sentimento de injustiça e piora da condição de vida.

### **Considerações finais**

As evidências demonstram um cenário de crise e de transformações por que passam as relações sociais. Na sociedade brasileira, mergulhada em elevados índices de desemprego estrutural, de pobreza e de desigualdades sociais, vem aumentando o processo de exclusão social. Diante da incapacidade do Estado de gerir com eficiência essas questões, empresas do setor privado, ou também chamado de segundo e o terceiro setores, praticam políticas com o intuito de institucionalizar a responsabilidade social nas empresas de países periféricos ou em vias de desenvolvimento, como o caso do Brasil.

Este novo campo de atividades começa a ser explorado por empresas que buscam exercer a responsabilidade social, estando, definitivamente, diante de um novo paradigma que engloba a busca de solução dos problemas sociais, o empenho na



melhoria da qualidade de vida e a aposta nas conquistas significativas da cidadania. Para as empresas, questões referentes à sociedade surgem como forma de fortalecer a dimensão social do desenvolvimento. A implantação de programas de responsabilidade social que buscam o desenvolvimento social e a sustentabilidade deve ser alicerçado e estabelecido em um plano de ações sociais internas à empresa.

Entretanto, políticas de responsabilidade social com nítido recorte de promoção de equidade para o público interno da organização, com vistas a um desenvolvimento social e geração de cidadania de seus trabalhadores, ainda são recentes no Brasil. Nem todas as organizações mantêm políticas explícitas de promoção de trabalhos decentes, estáveis, justos e dignos e muitas vezes contam apenas com critérios legais nas relações laborais.

Assim, o chamado trabalho decente é perspectiva futura, no qual o empregado terá equilíbrio entre o trabalho e a vida familiar. Terá possibilidade de enviar seus filhos para as escolas e retirá-los do trabalho infantil. Cada mulher e cada homem poderão ascender a um trabalho decente e produtivo em condições de liberdade, equidade, segurança e dignidade. Não serão discriminados e terão voz dentro do local de trabalho e na sociedade, poderão desenvolver suas capacidades pessoais para competir no mercado de trabalho, além de ter saúde, ou seja, um meio para garantir a própria dignidade humana.

Não se trata, apenas, de criar novos postos de trabalho, pois estes não têm se reduzido em quantidades significantes. O que se precisa é a criação de empregos com uma qualidade satisfatória. Não se deve aceitar um divórcio entre o volume de empregos criados e a sua qualidade. Todas as sociedades têm uma noção de trabalho decente, mas a noção de qualidade pode significar muitas coisas. Em situações mais extremas, o trabalho decente significa passar da subsistência para a existência. Para outros, se trata de realizar as aspirações da vida diária e ser solidário com os demais. Por isto, como afirma Ferreira (2002, p. 289), é necessário conceber sistemas sociais e econômicos que garantam o mínimo indispensável em matéria de segurança e de emprego sem que isso impeça a adaptação à evolução rápida de um mercado mundial extremamente concorrencial.



## Referências bibliográficas

- AMADEO et al. **A teoria econômica do desemprego**. São Paulo: Hucitec, 1994.
- ARRUDA, Maria Cecília C. In: ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo. Saraiva, 2002.
- BECKER, D. Fermiano e BANDEIRA, Pedro (org). **Determinantes e desafios contemporâneos**. Santa Cruz do Sul. EDUNISC, 2000.
- BARROS, Ricardo; MENDONÇA, Rosane. **A estrutura do desemprego no Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA, 1997.
- BECK, Ulrich. A reinvenção da política: rumo a teoria da modernização reflexiva. IN:\_\_\_\_. **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. Tradução Magda Lopes. São Paulo: Ed.UNESP, 1997.
- BECKER, D. Fermiano. Necessidade e finalidades dos projetos regionais de desenvolvimento regional. IN:BECKER, D. Fermiano e BANDEIRA, Pedro (org). **Determinantes e desafios contemporâneos**. Santa Cruz do Sul. EDUNISC, 2000.
- CARDOSO, Alexandre J. G. A responsabilidade social nos negócios um conceito em construção. IN: ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo. Saraiva, 2002.
- CASTEL, Robert. **La inseguridad social: qué es estar protegido?**. 1.ed. Buenos Aires: Manantial, 2004.
- COLPO, Caroline Delevati. **Ações de responsabilidade social nas empresas privadas brasileiras**. Monografia (Curso de Comunicação Social) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2002.
- DEDECCA, Cláudio. As mudanças no sistema das relações de trabalho. IN: **Le Monde Diplomatique**. Globalização e o mundo de trabalho. Diplô Brasil. no 1 setembro, 2000.
- DEL PINO, Mauro. Política educacional, emprego e exclusão social. IN: GENTILI, Pablo; FRIGOTTO, Gaudêncio (orgs). **Cidadania negada: políticas de exclusão na educação e no trabalho**. São Paulo: Cortez; (Buenos Aires, Argentina): Clasco, 2001.
- DOMINGUES, José Mauricio. **Sociologia e Modernidade: para entender a sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo: Pioneira, 2000.
- DUPAS, Gilberto. **Economia global e a exclusão social: pobreza, emprego, estado e o futuro**. São Paulo. Paz e Terra, 1999.
- DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- ETHOS. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial – 2003**. Disponível em: (www.ethos.org.br). Acesso em 14/06/2003.
- FERREIRA, Antônio Casimiro. Para uma concepção decente e democrática do trabalho e dos seus direitos: (Re)pensar o direito das relações laborais. IN: SANTOS, Boaventura de Souza (org.) **Globalização e as ciências sociais**, 2ª ed. São Paulo; Editora Cortez, 2002.
- FREY, Irineu A.; FREY, Márcia R. A responsabilidade social empresarial e a accountability no contexto dos processos econômicos. IN: BECKER, Dinizar F.; WITTMANN, Milton L.(orgs). **Desenvolvimento regional: abordagens interdisciplinares**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003.
- GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. 3.ed. Madrid: Alianza, 1998.
- GOMES, Adriano. Responsabilidade social, ação social e balanço social. Novos patamares da ciência social ou um neologismo semântico? IN: **Revista ESPM** – v.9, ano 8, 4ª ed., p. 21-31, julho/agosto de 2002.
- HESPANHA, Pedro. Mal-estar e risco social num mundo globalizado. IN: SANTOS, Boaventura de Souza (org.) **Globalização e as ciências sociais**, 2ª ed. São Paulo; Editora Cortez, 2002.
- INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL 2003. Disponível em www.ethos.org.br.



INSTITUTO OBSERVATÓRIO SOCIAL. **Responsabilidade social e empresarial: perspectivas para a ação sindical.** Florianópolis: IOS, 2004. Disponível em [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br).

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2004. Disponível em [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br).

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar, dominar mercados.** 9. ed. São Paulo: Futura, 2001.

KREIN, José Dari; OLIVEIRA, Marco Antonio. Mudanças institucionais e relações de trabalho no Brasil. IN: **Le Monde Diplomatique**. Globalização e o mundo de trabalho. Diplô Brasil. no 1 setembro, 2000.

KRIGNER, Ana Maria et al. **Compromisso das empresas com a valorização da mulher.** São Paulo: Instituto Ethos, 2004. Disponível em [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br).

KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada.** 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

MARTINS, José de Souza. **A sociedade vista do abismo: novos estudos sobre exclusão, pobreza e classes sociais.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor.** Rio de Janeiro; Qualitymark, 1999.

NUN, José. O futuro do emprego e a tese da massa marginal. IN: **Novos estudos – CEBRAP** V.56. Ed. Brasileira de ciências LTDA março de 2000.

OFFE, Claus. **Trabalho e sociedade: problemas estruturais e perspectivas para o futuro da sociedade de trabalho.** Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1991.

Organização Internacional do Trabalho. **Globalizacion y trabajo decente em las Américas.** 2002. Disponível em [www.ilo.org/public/spanish/standards](http://www.ilo.org/public/spanish/standards), acesso em 07/10/2003.

PAIVA, Vanilda. Qualificação, crise do trabalho assalariado e exclusão social. IN: GENTILI, Pablo; FRIGOTTO, Gaudêncio (orgs). **Cidadania negada: políticas de exclusão na educação e no trabalho.** São Paulo: Cortez; (Buenos Aires, Argentina): Clasco, 2001.

PERUZZO, Cecília K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

POCHMANN, M. **O emprego na globalização.** São Paulo. Boitempo Editorial. 2001.

POCHMANN, M. e AMORIM, R. (org.). **Atlas da exclusão social no Brasil.** São Paulo; Cortez, 2003.

POCHMANN, M.; AMORIM, R.; CAMPOS, A.; SILVA, R. (org.). **Atlas da exclusão social no Brasil, Volume 2: dinâmica e manifestação territorial.** São Paulo; Cortez, 2003.

QUINTÃO, Ayle-Salassité. Ambientalismo e marketing social. IN: **Comunicação e mobilização social.** Série mobilização social. Vol.1. Brasília: Editora UnB, 1996.

SANTOS, Boaventura de Souza. Processos da globalização. IN: SANTOS, Boaventura de Souza (org.) **Globalização e as ciências sociais,** 2ª ed. São Paulo; Editora Cortez, 2002.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento com liberdade, pobreza como privação de capacidades.** São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SINGER, Paul. **Globalização e desemprego: diagnóstico e alternativas.** 3.ed. São Paulo: Contexto, 1999.

WEBER, Max. **Economia e sociedade,** 3ª ed. Vol. I. Brasília, Ed. Universidade de Brasília, 1994.