

RESPONSABILIDADE SOCIAL: UTOPIA OU REALIDADE?

Denize Athayde Dutra

O capitalismo selvagem nos levou a enxergar as Empresas como entidades exclusivamente econômicas, cujo único objetivo é produzir bens, gerar empregos e distribuir lucros aos seus acionistas. É muito provável que isto ainda seja uma verdade na maioria dos casos, mas, vale ressaltar que, aqui no Brasil, já notamos alguns fatos que começam a mudar essa visão, nos permitindo perceber um movimento ainda lento de valorização das dimensões sociais e humanas das organizações. Num ambiente social onde ainda testemunhamos diversos tipos de exclusão: - a econômica, a social, a digital- temos de encarar o desafio da inclusão nas suas mais diferentes formas, para nos tornarmos uma sociedade mais justa, democrática, moderna e, por que não, mais feliz!

É utópico imaginar que as soluções passam somente pelas esferas governamentais, pois sabemos que a sociedade, como um todo, precisa estar absolutamente comprometida neste processo de transformação social e de resgate da cidadania, e não é por acaso que o terceiro setor cresceu tanto nesta última década.

As empresas, em níveis diferentes, já percebem seu novo papel, e a necessidade de sair de uma postura passiva de cumprir apenas com as suas obrigações legais, e começam a assumir uma postura proativa de integrar valores éticos, compromisso social e foco nos resultados do seu negócio. É exatamente dentro deste contexto, que aqui, abordamos o conceito de cidadania corporativa, que nos reporta a uma reflexão sobre a cidadania individual, na medida em que a organização são as **Pessoas**. Se os valores individuais, a ética e a consciência da cidadania não estiverem presentes em cada um, não será possível ter uma empresa responsável socialmente. Como, pelos mais diferentes motivos, nem sempre as organizações são formadas por "Cidadãos" no sentido pleno da palavra, nos deparamos com a importância de termos, ou desenvolvermos, Líderes que, segundo Deepak Chopra, ajam como catalisadores das mudanças e transformações, pois eles são a alma simbólica da coletividade. Somente Pessoas que tenham esta capacidade conseguirão provocar mudanças na cultura organizacional, que permitam identificar uma empresa como Empresa Cidadã.

Meu amigo Marco Aurélio Vianna, em sua recente obra o **Líder Cidadão e a Nova Lógica do Lucro**, nos leva, com maestria, a uma profunda reflexão sobre nosso papel como Líderes e Profissionais na construção de um novo modelo de Empresa, que ele chama de **Empresa Ponto Omega**, que "é uma entidade com um conjunto de valores que as pessoas respeitam e no qual, acima de tudo, acreditam". E, por isso mesmo, praticam, criando uma coerência entre discurso e ação!

Seria ingenuidade pensar que todo este movimento deve-se apenas às boas intenções de alguns poucos Iluminados, pois sabemos que o conceito de cidadania corporativa, também subentende algumas preocupações básicas com os negócios, como por exemplo: - proteger sua reputação frente ao mercado, especialmente quando seu consumidor tem um perfil mais consciente; - assegurar a sua sobrevivência na medida em que existem fortes evidências de que as empresas responsáveis socialmente tendem a gozar de maior credibilidade e, isto impacta resultados no seu negócio; - ter responsabilidade social, o que conduz ao estabelecimento de parcerias, a negociações ganha-ganha, a uma comunicação mais transparente e, com isso, acabam por se tornarem mais eficazes; - buscar recursos para lidar com as diversidades e com as exclusões; - buscar, constantemente, a manutenção de um clima organizacional altamente positivo e envolvente.

Notamos claramente a evolução desse conceito e dessa prática nas organizações, deixando de ser um pequeno conjunto de ações sociais, no geral sugeridas pelo RH ou pelo marketing para garantir a boa imagem da Empresa, para assumir um posicionamento estratégico e ser uma prática sistêmica de toda a organização, que lhe atribui uma identidade própria, reconhecimento social e credibilidade., pois a responsabilidade social permeia todas as suas decisões e ações. Hoje, algumas empresas já valorizam em suas contratações, profissionais que façam trabalhos voluntários, e que demonstrem ter fortemente desenvolvido este espírito de cidadania e de responsabilidade social.

A literatura mais atual mostra que não se trata de altruísmo, mas de fato, uma nova lógica, onde o lucro não pode estar dissociado do desenvolvimento social das comunidades, onde as empresas atuam. No caso do Brasil, felizmente já temos muitas boas histórias para contar, desde projetos pequenos, realizados por micros e pequenas empresas, apoiados por ONGs ou grupos informais, cujas ações têm grande impacto na melhoria de vida das comunidades onde atuam, até grandes projetos, apoiados por grandes empresas e instituições governamentais, e que estão mudando a "cara deste País".

A revista EXAME, além de uma publicação anual GUIA DA CIDADANIA CORPORATIVA, que apresenta os melhores projetos realizados no Brasil nos mais diferentes âmbitos, como educação, cultura, desenvolvimento social, saúde, etc..também inclui, em sua versão anual das **500 Maiores Empresas do Brasil: Melhores & Maiores**, o critério responsabilidade social como um dos indicadores na escolha dessas empresas. Por outro lado, a edição as 100 melhores empresas para se trabalhar, também tem como forte indicador a responsabilidade social.. Para ratificar isto, inúmeras pesquisas realizadas por universidades, institutos de pesquisas (IPEA) e outras instituições criadas para este objetivo têm direcionado sua atenção para difundir o conceito e a prática da cidadania corporativa.

Fundado em 1998, por iniciativa de um grupo de empresários, o Instituto Ethos reúne atualmente centenas de empresas associadas de todos os setores e ramos de atividade, cujo faturamento somado é de cerca de 28% do PIB brasileiro. Essas empresas empregam hoje aproximadamente 1 milhão de pessoas e estão interessadas em conhecer ferramentas de gestão que possam auxiliá-las na revisão de suas práticas e operações cotidianas, porque sabem que precisam conduzi-las de forma ética. Além disso, querem participar ativamente da discussão sobre a responsabilidade social empresarial no país e no mundo e dar sua contribuição para elevá-la, compartilhando experiências, divulgando práticas projetos e estabelecendo redes. Tudo aponta para ratificar a idéia de que lucro pode e deve estar associado à responsabilidade social, e para mostrar que é possível acreditar que uma empresa possa ser um espaço para a realização humana e um instrumento de transformação social!

Julho_04