

A Responsabilidade pela Mudança

Em novembro de 2010, foi publicada na cidade de Genebra, Suíça, a Norma Internacional ISO 26000, com o intuito de fornecer diretrizes a respeito da responsabilidade social para todos os tipos de instituições, independente de setor, porte e localização. De acordo com a Norma – que não tem fins de certificação – a responsabilidade social “se expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações de incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios e responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente”.

A ISO 26000 possui sete “temas centrais”: governança organizacional, Direitos Humanos, políticas trabalhistas, meio ambiente, práticas leais de operação, questões dos consumidores e envolvimento e desenvolvimento da comunidade. Trata-se de um leque bastante completo de questões a serem observadas pelas organizações, tudo para estimular que sejam mais socialmente responsáveis.

Não é necessária uma análise tão profunda destes temas para perceber que pensar em responsabilidade social, portanto, não é vantagem competitiva, mas sim, obrigação das organizações. Ainda, percebe-se que os sete princípios da responsabilidade social relacionam-se diretamente com os aspectos econômico, social e ambiental que constituem o tripé da sustentabilidade.

Portanto, responsabilidade social tem a ver com um modelo sustentável de sociedade e de desenvolvimento, que satisfaça as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de suprir suas próprias necessidades.

Nos últimos quatro anos, a ISO 26000 foi bastante útil para orientar as empresas quanto à responsabilidade social. Porém, para que a Norma seja ainda mais efetiva, será preciso repensar o modelo de desenvolvimento atual. Em abril de 2014, o economista e conselheiro da ONU para o desenvolvimento sustentável, Jeffrey Sachs, esteve no Brasil e falou sobre esta necessidade de mudança:

“Tudo no mundo tem muita inércia em si. Este é o grande problema, a inércia de nossos sistemas social, econômico e político. O mercado, por si só, é governado pelo lucro, não resolve o problema da poluição, da destruição de outras espécies, das mudanças climáticas. Ferramentas, instrumentos e políticas de mercado podem ser usadas de vez em quando, mas não se pode pensar que o livre-mercado defina a direção e encontre o caminho para o desenvolvimento sustentável”, afirmou o economista.

Para Sachs, o papel de definir este caminho é nosso – enquanto humanidade, cidadãos, pessoas éticas, eleitores: “O mercado não dá atenção aos pobres. Faz sentido: se eles não têm dinheiro, o que é o mercado? Por isso precisamos de abordagens públicas, de uma economia mista, que seja tanto o mercado quanto o setor público”.

A fala de Sachs não chega a ser contraditória, já que responsabiliza todas as organizações – inclusive as do setor público – pela responsabilidade de promover o desenvolvimento. No entanto, quando o economista atribui aos cidadãos o papel de protagonistas da necessária mudança de direção, por extensão também não tira das organizações do setor privado o dever de promover tais mudanças. Afinal, organizações

são feitas de pessoas.

A cultura de sustentabilidade não é uma realidade na maioria das organizações, especialmente nas empresas. Mas podemos ser otimistas. Lançada em 2011 com a participação de dez dos mais importantes líderes empresariais do país, a Plataforma Liderança Sustentável tem identificado líderes para a sustentabilidade – uma mostra de que não só é possível gerir uma organização pensando em sustentabilidade, como também de que, sem pensar em sustentabilidade, as empresas simplesmente não sobreviverão.

“Quem quiser estar no futuro com margens boas, consistentes e duradouras, tem que trazer o desenvolvimento sustentável para o *core business*; não há outra possibilidade”, afirmou o vice-presidente de relações internacionais da Braskem, Marcelo Lyra, no evento de lançamento da Plataforma.

A ideia é que a gestão sustentável possa garantir a priorização de valores e princípios, em detrimento do lucro a qualquer preço. “A empresa, mais do que seu propósito empresarial, tem que se colocar como instrumento fundamental da realização profissional e humana das pessoas que trabalham nela”, acredita Luiz Ernesto Gemignani, líder da Promon.

Para tanto, vale conhecer também a cadeia de valor da organização, seus fornecedores e clientes – e colocar isso no confronto com a sua própria seleção de valores. “Se encontrar dissintonia, algo que não esteja de acordo, ter a coragem de mudar”, recomenda Paulo Nigro, CEO da Tetra Pak. A crença fundamental, corroborada por Rodrigo Kede, presidente da IBM, é a de que “pessoas se conectam a outras pessoas, a instituições ou qualquer outra coisa,

por causa dos valores”.

Tais depoimentos são importantes para reforçar o papel dos líderes em relação à forma como cada organização desempenhará sua responsabilidade social. Nas empresas que são reconhecidamente sustentáveis, uma característica marcante é ter um líder que acredita apaixonadamente na causa da sustentabilidade. Assim, a gestão sustentável passa a ser uma oportunidade e não um custo – e valores como o altruísmo, a coerência e a ética têm mais chances de serem vividos no dia a dia do negócio.

Mas este papel não deve ser apenas dos líderes. Por maior que seja a capacidade que eles têm de gerar sinergia e envolver pessoas, cabe a cada colaborador também assumir seu papel de liderança, de forma a influenciar outros sobre a importância da mudança de comportamento. “É fundamental que cada um entenda como cada ação que fazemos está relacionada com a sustentabilidade”, diz Britaldo Soares, CEO da AES Brasil. O mesmo pensa Guilherme Leal, presidente da Natura, quando diz que todos nós estamos conectados: “Se a gente quer cuidar da parte, temos que cuidar do todo”.

Moral da história: se responsabilidade social é obrigação e não mera vantagem competitiva, já que tem a ver com a sustentabilidade não só das organizações, como também do cenário econômico, social e ambiental em que elas atuam; e se é necessária uma mudança de perspectiva para que realmente exista uma cultura da sustentabilidade nas organizações; então é nossa (de todos) a responsabilidade por executar e inspirar a mudança que queremos ver no mundo.

AUTOR:

Rafael Riva Finatti - Coordenador do Instituto GRPCOM, jornalista e economista.