



Mundo moderno pede responsabilidade social nas empresas

O conceito de responsabilidade social das empresas é atual e imprescindível para uma inserção ética e socialmente justificável das instituições no mundo moderno. A responsabilidade que exercem no seio da sociedade, como bem destaca a Constituição Federal, tem ampla abrangência e composição multidisciplinar. Designa as efetivas funções exercidas no tocante a valores sociais concretos, como os direitos humanos, o direito do trabalho e o meio ambiente.

O termo, na forma anglo-saxônica, Corporate Social Responsibility (CSR), é recorrente, em especial nas empresas multinacionais e de maior dimensão. Observa um novo critério não-financeiro de avaliação, onde são aferidos, entre outros importantes aspectos, a obediência às normas jurídicas vigentes no país de atuação, respeitando, portanto, o Estado de Direito. Observa outros pontos de importância social equivalente, como “gestão de recursos humanos, a cultura da empresa, a escolha dos parceiros sociais e das tecnologias, e obriga a uma abordagem integrada das várias dimensões da empresa”, conforme ressalta a professora portuguesa Catarina Serra, da Universidade do Minho.

O desenvolvimento sustentável foi inicialmente identificado em 1987, quando o relatório final dos trabalhos da Comissão Mundial das Nações Unidas para o Ambiente e o Desenvolvimento (Comissão Brundtland) destacou que o desenvolvimento sustentável é aquele que responde às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras, de responderem às suas próprias necessidades.

Em junho de 2001, o Conselho Europeu, reunido em Gotemburgo (Suécia), aprovou a Estratégia para Desenvolvimento Sustentável, baseada no princípio de que os efeitos econômicos, sociais e ambientais de todas as políticas devem ser analisados de forma coordenada e tidos em conta no processo de decisão. E, em setembro de 2002, em Johannesburgo, em reunião mundial sobre desenvolvimento sustentável, promovida pela ONU, o então dirigente maior da entidade, Kofi Annan, foi enfático ao pronunciar as seguintes palavras: “Não estamos a pedir às empresas para fazerem algo diferente da sua atividade normal; estamos a pedir-lhes que façam a sua atividade normal de forma diferente”.

Esse “iter” de atuação diferenciada vem ganhando corpo principalmente na Europa, onde se verificam iniciativas salutares, que têm o propósito de divulgar o conceito entre os membros da comunidade jurídica europeia.

Podemos afirmar, entre esse cipoal de iniciativas positivas para a fixação do conceito de Responsabilidade Social Empresarial, que provavelmente a contribuição mais importante tenha sido a apresentação, pela Comissão das Comunidades Europeias, em julho de 2001, do chamado Livro Verde (o documento pode ser consultado em: www.csreurope.org), que define a RSE como “a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na intersecção com outras partes interessadas”.



É importante frisar que esse documento traz relevantes diretrizes quanto às formas de gestão (a) interna: relacionada com os trabalhadores; e (b) externa: relativa aos multistakeholders, ou seja, investidores, parceiros comerciais, fornecedores, clientes e credores.

No primeiro aspecto, vale destacar que as práticas socialmente responsáveis são fixadas no que diz respeito à saúde e segurança dos trabalhadores, sempre os tratando como pessoas e cidadãos. Na gestão de mudança, são priorizados direitos e condições em casos de fusão, incorporação e outras formas de troca de controle administrativo da empresa, no investimento no capital humano e outras práticas relacionadas ao bem-estar e dignidade do trabalhador.

Na outra ponta, práticas ambientais corretas, gestão de recursos naturais explorados no processo de produção, respeito, transparência e lealdade com a concorrência fazem parte do espectro de critérios sociais e ecológicos na agenda diretiva da empresa, relativa ao seu desenvolvimento econômico e estrutural sustentável.

Cumprir destacar que o mais interessante de todo esse procedimento equilibrado e ético de gestão comportamental tem em vista um elemento que lhe é indispensável: a voluntariedade deste processo de “boas práticas”, que serve de composto material imprescindível à RSE. Além da voluntariedade, é importante evidenciar o conteúdo dessas chamadas boas práticas. Esse comportamento, socialmente responsável, não se resume nem se limita à observância das leis, até porque todos os cidadãos e empresas, de modo geral, estão vinculados a essa obrigação. Também não exige que as empresas exerçam pura e simplesmente filantropia ou caridade pública. A RSE transcende ao básico.

Na verdade, o que se busca, quando se fala em boas práticas em responsabilização social, é a institucionalização desse conjunto de comportamentos, para que produzam efeitos na reputação da empresa e sirvam à mudança de valores da própria sociedade em que esta está inserida.

Obviamente, no médio e longo prazo, esse conjunto comportamental de boas práticas agirá sobre a rentabilidade da empresa, com repercussões nos preços (mais altos) dos produtos — os chamados “preços éticos”. Os consumidores suportariam esses custos, na medida em que tais práticas se reverteriam em vantagens sustentáveis a todos, sejam de natureza humana, sejam com melhoras sensíveis à vida cotidiana e do próprio planeta. Surgirá, portanto, disso tudo, um novo ser social — o cidadão/consumidor pessoal e socialmente responsável.

Para colocar em prática essas medidas, as empresas têm à mão instrumentos individuais de materialização desses valores e medidas. São os regulamentos, além dos chamados códigos de conduta e de ética, que atuam como uma espécie de “declaração formal de valores e práticas comerciais” de uma empresa e, por vezes, também dos seus fornecedores.

Dessa maneira, percebe-se que empresa socialmente responsável é aquela que impõe práticas que se integram àquilo que se chama função promocional do Direito. E esse sistema, pautado na função promocional, nada mais faz do que promover a integração de vários agentes de suporte que compõem o conteúdo da responsabilidade social, uma vez que entrelaça (chamamos isso de “competência cruzada”) sistemas de todo um universo social. Isso vai além do simples vetor econômico de lucro que, regra geral, rege as empresas, passando por outros, como: sistema jurídico, econômico, político, social, cultural e



científico. Traduz-se, finalmente, numa espécie de “consciência da empresa”, que autorregulará seu comportamento sustentável para um bem maior, que é a sociedade da qual faz parte e à qual tem a obrigação moral, ética e social de servir.

Date Created

12/12/2009