



RESPONSABILIDADE SOCIAL OU MANIPULAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA?

Responsabilidade social empresarial se refere a uma postura, uma forma de conduzir as atividades empresariais. É muito mais do que fazer ações sociais pontuais ou de benemerência.

De que adianta manter institutos, realizar ações filantrópicas para favorecer algumas centenas de crianças necessitadas, se dentro de suas próprias instalações a empresa mantém trabalhadores adolescentes em condições subumanas?

É possível erguer a bandeira da ética e da responsabilidade social uma empresa que vende alimentação e tem sérios problemas com a vigilância sanitária? Que, para fraudar a lei, "corrige" os cartões de ponto dos funcionários que fazem hora extra? Que oferece aos funcionários uma alimentação considerada não-saudável pelos técnicos da Prefeitura de São Paulo e esta alimentação é exatamente a mesma vendida aos consumidores?

(As questões acima citadas fazem parte do Processo nº 05289200608002004 - Ação Civil Pública, Autor: Ministério Público do Trabalho, Réu: MacDonald's Comércio de Alimentos Ltda)

A ética, a transparência e a cidadania não estão no corpo, mas sim na alma das organizações.

O lucro é premissa de existência de uma empresa. Mas deve ser entendido como meio, energia, combustível que permite à empresa atingir seus objetivos, realizar sua missão.

Os consumidores estão cada vez mais cientes e conscientes do seu poder de transformação social e começam a exigir mais responsabilidade das empresas no que se refere às questões sociais e ambientais. Para participar do mercado é preciso pensar além dos ganhos empresariais. É necessário avaliar o que o país e o mundo vão ganhar também.

Hoje se exige das empresas, principalmente as de capital aberto, a prática da transparência. Isso as obriga a mostrar que e como estão devolvendo para sociedade os recursos que utilizam para produzir riqueza.

É essencial entender uma empresa como agente de construção social. Todo negócio tem como sentido a perpetuidade e, por isso, mais do que garantir o lucro a empresa deve ter como objetivo a sua existência e o seu desenvolvimento. Por isso, além da intenção, responsabilidade social representa resultados aparentes e transparentes.

Mas, infelizmente, o discurso empresarial é diferente das ações que presenciamos. Parece que as empresas trabalham apenas para atender aos seus interesses e que responsabilidade social não passa de um pretexto para esconder os seus verdadeiros objetivos.

A decepção é enorme, porque acreditávamos que as grandes organizações já tinham aprendido a dizer a verdade, a praticar a transparência, convencidas de que agir eticamente agrega valor ao negócio. Será muito difícil manter um processo de gestão saudável, democrático, limpo, harmonizado com os interesses da sociedade?

Sabemos que a imagem é um dos principais ativos da empresa e que a reputação será, em breve, um dos seus maiores diferenciais competitivos. Uma marca bem cuidada vale mais do que qualquer ganho de curto prazo.

Quando a empresa demonstra sua preocupação com a sociedade, atrai para si a boa vontade, a estima, a confiança e a admiração dos consumidores.

A responsabilidade social empresarial não é algo passageiro; ela veio para construir uma nova forma de se pensar e agir socialmente. E também para redefinir as premissas do lucro empresarial. Esta nova cultura ajudará a moldar um novo meio de se governar os estados e empresas. As empresas que entenderem e fizerem isso, receberão o apoio da sociedade e ganharão o direito de continuar no mercado. As outras? Certamente desaparecerão!