

Afinal, o que é essa tal de sustentabilidade?

Ricardo Voltolini comenta a entrada do termo para a agenda corporativa e explica sua relação com a Responsabilidade Social Empresarial.

*Ricardo Voltolini

Seis entre dez mensagens que chegam à minha coluna fazem, de uma forma ou de outra, a pergunta-título deste artigo. São questões encaminhadas, em sua maioria, por leitores que trabalham em empresas nas quais o assunto passou a integrar a agenda corporativa, especialmente no último ano. Não apenas como elemento acessório do protocolo empresarial. Mas como um tema transversal, e portanto estratégico, a permear o debate de fatores tão diversos quanto relevantes para um sucesso de uma organização contemporânea, como transparência, governança, ética, diversidade, consumo consciente, integridade nas relações com as partes interessadas, compromissos sociais e ambientais. Duas são as dúvidas mais freqüentes.

A primeira diz respeito à relação – se é que ela existe – entre sustentabilidade e responsabilidade social empresarial. Surpresos, atônitos e um tanto confusos com a forma rápida e sem rodeios com que um termo engoliu o outro no cotidiano das corporações, alguns leitores acusam despreparo conceitual. Deles próprios. E também de seus superiores que, usando literalmente o emblemático trecho de uma das mensagens recebidas, “passaram a repetir a palavra como um bordão, um mantra, sem saber exatamente do que estão falando nem o que isso tem a ver com fazer negócios”. Em outra mensagem, o diretor de logística de uma empresa questiona: “Ficamos três anos discutindo, sem saber para onde ir, como implantar a responsabilidade socioambiental em nossa cadeia de negócios. E de uns tempos para cá, só se fala em sermos sustentáveis. Deu um curto circuito” A rigor, os dois termos se referem a estágios distintos de um mesmo movimento.

Longe de serem conflitantes – como parece para alguns leitores – ambos nasceram de uma mesma matriz conceitual, se complementam e se sucedem em uma bem-vinda escala evolutiva. Vista como novo modo de conduzir negócios que se define por metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade e pela relação ética e transparente com todos os públicos com os quais uma empresa se relaciona, a RSE sucedeu conceitualmente a cidadania corporativa,

estágio no qual o compromisso social da empresa se resumia a fazer doações para comunidades.

A sustentabilidade representa, por sua vez, uma etapa mais avançada em relação à RSE. Enquanto a anterior se caracterizava por um conjunto de práticas socioambientais, muitas vezes dispersas e não intimamente vinculadas à estratégia central de negócio, a da sustentabilidade consiste na ruptura com um modelo velho e na criação de um modelo novo de pensar e fazer negócios, baseado na realização efetiva da noção do triple bottom line – isto é, na conjugação de resultados econômico-financeiros, sociais e ambientais, cada um deles com o mesmo peso de importância. Sobre conceitos, vale frisar o que disse, em sua mais recente visita ao Brasil, Gro Bruntland, ex-primeira ministra da Noruega e criadora do termo sustentabilidade: “O que vemos no debate a respeito do tema são nomes diferentes para um mesmo conceito essencial.”

A segunda dúvida mais comum está relacionada a como implantar, no cotidiano empresarial, o conceito de sustentabilidade. Não são poucos os leitores que reclamam ser uma ideia muito abstrata, um tanto apartada da lógica convencional do negócio. Tem também os que batem na tecla já conhecida do falso dilema “como ser competitivo e sustentável.” Há já provas incontestáveis no mercado brasileiro de que não só é possível como desejável obter sucesso empresarial acreditando em desenvolvimento sustentável. No entanto, a crítica sobre a falta de “aplicação prática” do conceito é compreensível. Primeiro, porque, na maioria das corporações, o discurso andou mais rápido e perdeu a prática de vista. Segundo, porque se mudar já é complexo para uma empresa, mudar modelos consagrados de negócio, rever valores historicamente exitosos e reinventar estratégias que sempre deram certo, produz desconforto e insegurança. Além disso, transformações desse porte geram custos, implicam reorganização de preceitos e requerem processos de adaptação de cultura organizacional que não ocorrem da noite para o dia e sem conflitos.

A mudança rumo a sustentabilidade exige determinação de propósitos, liderança firme, capacidade de enxergar oportunidades onde a maioria vê riscos e uma crença inabalável em novos princípios de atuação mais respeitosos para com as pessoas e o Planeta. Para uma derradeira reflexão do leitor, eis três boas respostas para a pergunta-título deste artigo: “É dar certo fazendo as coisas certas do jeito certo” (Fábio Barbosa, presidente do ABN Amro) “É o ponto de intersecção entre as estratégias de negócio da empresa e os interesses da sociedade e do Planeta” (Andrew Savitz, autor de “A Empresa Sustentável”) “É

inovação" (Claude Ouimet, vice-presidente da Interface Flor, a número 1 em sustentabilidade nos EUA).

(*) Ricardo Voltolini é diretor de redação da revista Idéia Socioambiental e consultor de Idéia Sustentável

Artigo originalmente publicado pela revista Idéia Socioambiental e pela Agência Envolverde