

A propósito... da responsabilidade social das empresas

O tema da responsabilidade social corporativa, como é a denominação internacional do conceito, tem as suas raízes em documentos do século XVIII sobre a sustentabilidade das florestas. No entanto, foi a partir dos anos 20 do século XX que o conceito começou a ser mais profundamente investigado. Note-se que falar só de empresas é redutor, pois estas são as organizações com fins lucrativos, sendo o termo ‘organização’ mais abrangente, incluindo as dos setores público e social. Estas organizações, teoricamente sem fins lucrativos, devem ter, por maioria de razão, uma responsabilidade social acrescida, pois existem para melhorar a vida em sociedade, servindo a comunidade de cidadãos, praticamente, em todas as suas necessidades. Contudo, vou focar-me só na responsabilidade social das empresas.

A comunicação de marketing das empresas, especialmente das maiores, é muito insistente em fazer-nos acreditar que têm políticas empresariais preocupadas com a responsabilidade social. Muitas terão, outras não. No fim dos anos 70 do século XX, aconteceram desenvolvimentos teóricos que demonstraram que a responsabilidade social das empresas se poderia dividir em quatro áreas: económica, legal, ética e discricionária. Isto é, as empresas devem, acima de tudo, fazer bem aquilo para que foram criadas: a produção de riqueza, consubstanciada em bens, serviços, ideias, experiências ou informação, que satisfaçam necessidades e desejos humanos. Esta riqueza deve ser distribuída de forma a remunerar justamente os fatores de produção: salários para o trabalho; rendas para a terra ou instalações; juros para os empréstimos financeiros; e lucros para o capital ou fator empresarial. Assim, as empresas têm de pagar rendas e juros, mas podem tentar sempre negociar a redução nestes custos. No entanto, quanto aos outros fatores – capital e trabalho – a distribuição é mais complexa. Deve-se, obviamente, procurar um equilíbrio “saudável”, entre salários que sejam suficientes e motivadores para a força de trabalho, e lucros que remunerem e motivem os investidores e os criadores da empresa. É aqui que acontece, ou pode acontecer, aquilo a que eu chamo a “esquizofrenia do empresário” (entenda-se o uso do masculino como forma neutra, como é próprio da língua portuguesa). Consiste em se pagar salários muito baixos, ou no despedimento de trabalhadores como primeira forma de controlar os custos, isto é, criando pobreza para, ao fim do dia, se estar na Instituição de Solidariedade Social que se dirige ou se criou, para ajudar os pobres. Atenção que não digo que esta ação não seja meritória. Na prática, o empresário desvia parte dos seus lucros para ajudar pessoas desfavorecidas, e isso é, em si mesmo, uma boa ação. Mas entendam que seria melhor ele ter menos lucros, e ajudar os seus concidadãos através da criação de emprego ou do pagamento de melhores salários. Reparem que esta troca entre salários e lucros pode e deve ser feita, sem colocar a competitividade da empresa em causa. Não há emprego, bons salários e lucros, sem que a empresa seja capaz de vender a sua produção. Mais, a competitividade das empresas não se mede só pela eficiência económica (custos menores), mas também pela qualidade e pela inovação, permitindo ter maior valor acrescentado e fidelização dos clientes ou consumidores. Tudo isto é sabido e, cada vez mais, praticado.

Outra área importante da responsabilidade social das empresas é o cumprimento das leis. Aqui enquadra-se outro dever da cidadania corporativa, que passa pelo pagamento correto dos impostos, pela aplicação das regras de produção mais ecológicas e seguras, pela contratação do trabalho com melhores condições, etc. Tudo isto implica custos para as empresas, mas não deixa de ser fundamental para que tenhamos um país onde o Estado Social de Direito seja um facto e não só uma possibilidade.

A terceira área prende-se com as questões éticas, de que são exemplo o respeito pelas pessoas, pelas instituições e pelos padrões morais estabelecidos em cada período do desenvolvimento civilizacional. Isto implica, também, que se pode dar um contributo para melhorar ou fazer evoluir esses padrões éticos, nomeadamente em termos de aceitação social e de procura de resolução de problemas de cidadania, como são exemplos históricos a mudança de atitude relativamente a todo o tipo de discriminações (idade, sexo, etnia, etc.).

E, por último, aparece a área da responsabilidade discricionária, onde se incluem as atividades filantrópicas das empresas que vão para além da sua missão: apoiar o setor social ou criar serviços de apoio aos mais necessitados. Se os lucros das empresas ainda permitem estas ações meritórias, então estas empresas merecem o reconhecimento público e todas as condecorações e homenagens. No entanto, insisto, isto é algo que acresce ao fundamental – a economia, as leis e a ética –, não sendo a responsabilidade discricionária, em si mesma, a área principal que define a responsabilidade social de uma empresa.

Concluo, dizendo que quando vemos as empresas a publicitarem muito as suas atividades discricionárias, então temos dois cenários possíveis: ou desconhecem o que é, realmente, a responsabilidade social da empresa, ou conseguem aqui obter a cobertura de que precisam para ficar bem aos olhos da opinião pública, podendo, no entanto, estar a falhar no cumprimento das atividades de responsabilidade económica, legal e ética que, efetivamente, deveriam ser as mais importantes. Sugiro que experimentem publicitar, em primeiro lugar, que são a empresa que paga melhores salários, que cumpre as leis e a ética nos negócios, fazendo mais do que é obrigatório. Acredito que esta abordagem seria bem mais eficaz na promoção da empresa, do que dizer que estão a apoiar com o dinheiro dos clientes e consumidores determinadas instituições do terceiro setor. Também o podem e devem fazer, mas pensem que isso é só mais um contributo que acresce ao que uma empresa pode dar para a construção de uma sociedade mais justa, sustentável e com melhor qualidade de vida.