

Repensando a Sustentabilidade

A sustentabilidade é algo bastante recente, sendo que muitos ainda associam o tema somente com a questão do desenvolvimento ambiental de nosso planeta. De fato, o assunto começou justamente em 1972 com a Conferência de Estocolmo quando os principais assuntos ambientais do planeta foram discutidos.

Em 1987 o documento “Nosso futuro comum” já sustentava que deveríamos urgentemente suprir as necessidades da geração presente sem afetar a possibilidade das gerações futuras de suprir as suas e logo depois em 1992, na Eco 92 no Rio de Janeiro, reafirmou-se através da Agenda 21 que todos os setores da sociedade poderiam cooperar no estudo de soluções para os problemas socioambientais.

Os temas como desenvolvimento sustentável, o combate ao desperdício, o Protocolo de Kyoto já faziam parte das discussões mais essenciais da vida em rede no planeta e claro, os conceitos de desenvolvimento econômico passaram a ser objeto de preocupação acentuada, culminando com a Cúpula da Terra em 2002 realizada em Johannesburgo, que já tinha a grande preocupação de reafirmar o conceito de desenvolvimento sustentável, bem como da cooperação internacional para os acordos de controle de gases de efeito estufa (GEE).

Exatamente em 2012, durante a Rio + 20, apontava-se uma necessidade muito grande de se discutir a economia verde, as questões sociais e, mais que isto, o conceito de conexão entre todos os *stakeholders* já era bastante agudo. Mas não para por aí: a sustentabilidade passa a ter uma visão muito clara da participação ativa das empresas, talvez justamente porque metade do PIB global passa pelas mãos delas. Desde então o tema da governança corporativa passou a ter um peso muito grande em todas estas discussões.

Passados apenas seis anos desta discussão, já se tem uma visão muito acentuada das responsabilidades das empresas no tocante à responsabilidade que tem em levar o assunto da sustentabilidade a um nível mais elevado e mais consistente nas empresas.

A era digital tem sido o ponto nevrálgico, um nervo exposto para todas as questões ligadas à gestão empresarial, bem como das necessidades de se ter um componente empresarial mais ligado à vida orgânica da sociedade, em detrimento de uma visão de lucro a qualquer preço e a curto prazo.

Sim, as empresas trabalham para a sociedade, não para seus acionistas, ela tem vida independente e é um organismo vivo. O lucro deve ser visto como decorrência de um conjunto de atitudes de protocolos empresariais, de políticas afirmativas que controlem suas externalidades, que deem uma visão mais participativa, mais colaborativa da construção daquilo que a sociedade preza.

A sustentabilidade dá em apenas 6 anos, um salto gigantesco frente às questões empresariais, projetando um mundo urgente e muito pautado pelas tecnologias e pela necessidade de mudança acentuada de plataformas de geração de valor. A inovação passa a ser um ponto de desenvolvimento importantíssimo na equação das empresas, justamente por estar inserida no pilar econômico, mas não se pode confundir inovação com sistemas de TI ou de tecnologia sobre ela mesma.

A inovação olha fundamentalmente para o progresso humano, da visão de criação de valor à sociedade, falar de transformação digital em base significa falar de pessoas, não de tecnologias, mas sim da visão da prestação de serviços à sociedade, embutida neste conceito.

Em 2009 o autor Henry Jenkins já pautava o assunto da convergência, que foi o movimento que tinha a tecnologia como pano de fundo nas questões do protagonismo afetando as relações com públicos de interesse, dando a eles, liberdade de expressão. Tão importante foi o movimento da convergência, que o autor pauta a questão de que a convergência é quando as pessoas passam a tomar as mídias para que elas se pronunciem, invertendo inclusive o vetor de marketing, mudando o próprio conceito de consumo, que passa a ser um processo coletivo.

As pessoas desde então nunca tiveram tanto poder nas mãos, nunca se pronunciaram tanto em tantos lugares ao mesmo tempo, de forma ativa e decisiva, comprimindo os ambientes de promessas corporativas, normalmente bem declaradas, mas pouco cumpridas em essência.

Há um movimento muito claro pelas novas formas diferentes e disruptivas de se fazer as coisas e as inovações começam a ser buscadas intensamente em todos os meios em todos os lugares do planeta em vários setores da economia.

A sustentabilidade passa a ser então um mecanismo de gestão empresarial, que dá a exata noção do que as empresas fazem em suas plataformas de geração de valor à sociedade. O pilar ambiental e o social têm particularidades mais bem capturadas, mas o econômico não. É difuso entre muitos, tendo o lucro no centro, visto por muitos como algo pecaminoso, como se as empresas não precisassem do lucro.

Uma empresa tem como primeira responsabilidade social discricionária, o poder de conexão das economias no seu entorno. Claro que quanto mais ativa, mais contrata e mais economias geram no seu próprio eixo, gerando riquezas a partir de suas plataformas de promessas corporativas. Claro, não se pode pensar no verde quando se está no vermelho. Simples.

A inovação tem sido requerida com uma velocidade cada vez maior, porque são as pessoas que se movem a elas, em sua busca por um maior significado a elas mesmas e buscam este estágio de forma ativa e significativa.

A inovação tem raízes no pilar econômico, pois traz em seu DNA as novas formas de conexão entre propostas diferenciadas de se criar valor, novas formas de fazer as coisas, novas promessas corporativas, novas plataformas colaborativas e muita abundância de soluções contrárias à ideia de escassez que assola o ambiente corporativo.

O autor Michael Porter há muito defende a ideia de que as empresas precisam pensar seus produtos e serviços como agentes de transformação social, delineados por uma experiência significativa, em um ambiente de grandes transformações exponenciais. A inovação passa a ditar o sucesso econômico das empresas com uma potência nunca antes vista.

O autor Larry Downes fala com muita potência que os setores social, político e econômico crescem em escala incremental, porém só a tecnologia cresce em escala exponencial sobre eles. Portanto é claro que a tecnologia alterará de forma profunda e definitiva os ambientes sociais, políticos e econômicos, todos pontos de inflexão da discussão da sustentabilidade.

A tecnologia se mostra como o único meio de se alterar profundamente e inexoravelmente estes ambientes, mas há efeitos colaterais muito urgentes. O ambiente de convergência, aliada ao aumento substancial da mobilidade e da densidade digital, faz com que as pessoas experimentem um ambiente de convergência total de meios, em ambientes de cultura participativa e de inteligência coletiva, dando a elas a possibilidade de consumirem inovações constantes mudando tudo à sua volta, como comportamentos, hábitos e atitudes,

ressignificando tudo no seu entorno, criando uma vida em rede com infinitas possibilidades, claro, mas de complexidades extremas.

Deste movimento, surge para as empresas talvez uma das demandas mais difíceis para elas suplantarem, que se trata da ética interativa. É a ética construída praticamente instantaneamente. É fácil entender este movimento, basta ver o que acontece nos ambientes políticos, com tudo se dissolvendo, sessões do Senado Federal praticamente acolhendo expressões da sociedade a todo momento, o poder das pessoas pontuando casos de várias empresas e instituições e uma série de outros exemplos quando o que as empresas falam é bem diferente daquilo que elas promovem à sociedade.

Este movimento praticamente pulveriza as marcas em opiniões externas muito potentes capazes de destruir uma plataforma inteira de marca, construída em anos e anos de trabalho árduo e destruída em segundos como parafraseava Warren Buffett.

O nome disto é ética interativa, que faz com que a preocupação com a experiência seja cada dia maior, acompanhando as declarações e formulações de políticas afirmativas potentes capazes de modelar a percepção da real colaboração das marcas na sociedade.

Em tempos líquidos, onde nada é feito para durar como dizia o filósofo Sigmund Freud, nos faz pensar em um tempo urgente, de grande colaboração e de abundância de soluções através da tecnologia, mas de dificuldades extremas, devido ao grande número de paradoxos, da intensa ambiguidade e paradoxalidade existentes hoje.

Claro que o ambiente de extrema transparência e de visão compartilhada e colaborativa cresce frente ao ambiente predileto das empresas que é a competição feroz pela obtenção de fatias cada vez maiores de mercado e a obtenção dos lucros advindos deste meio, que perde significativamente frente aos novos drives de economia compartilhada, do capitalismo consciente.

Aliado ao fato de que a 4ª. revolução industrial chama a atenção de todos e de forma inexorável para um novo mundo nunca antes visto na humanidade, de intensa e rápida de conjunção dos meios digitais, físicos e biológicos, que passam a ser uma instância única e que tudo isto tem a tecnologia no meio, e que a velocidade, a amplitude e a profundidade desta revolução está obrigando a todos repensar de que forma as organizações criam valor. É certo que esta nova revolução afetará de forma inequívoca, a experiência humana, mudam as relações de trabalho, de relacionamento, de se criar valor.

A tecnologia oferece a abundância que a humanidade precisa, desde processos mais simples de dessalinização de água do mar usando materiais monoatômicos como o grafeno, bem como de processos de geração de energia usando conceitos de mini grid, de energia renováveis, novos materiais como o Q-Carbon ou o germaneno, novas formas de se usar a robótica, a internet de todas as coisas, novos padrões preditivos, inteligência artificial, sistemas cognitivos, algoritmos, impressoras 3D e 4D inclusive para imprimir alimentos e tudo ligado à medicina digital e à biologia sintética, o domínio sobre o genoma, processos que nos jogarão em uma outra civilização, não mais em uma nova geração.

Um futuro promissor e muito revelador sem dúvidas. Mas ainda há de se chamar a atenção para o fato de que o mundo ainda precisa se mover nesta direção e que a própria 4ª. revolução industrial aponta para uma deficiência muito aguda, notadamente a ausência da

governança digital, essencial para este novo mundo, exponencial, implacável, resignificante e urgente hoje requerida no mundo da sustentabilidade.

Aliado a isto, os ambientes da sustentabilidade empresarial serão gradualmente e fundamentalmente alterados pela inovação e pelas tecnologias disruptivas em patamares cada vez maiores de colaboração, trazendo conceitos de novas formas de geração de valor, usando cada vez mais novas formas de gestão empresarial, de conexão multistakeholder e compartilhamento intenso, em ambientes cada vez mais transparentes e conectados da sociedade.

Sustentabilidade empresarial é modelo de gestão e aliada à inovação se mostra com um poderoso antídoto para o esgotamento da visão das empresas iterativas e muito competitivas, ainda muito marcadas pelos sistemas de gestão pré-internet, onde a competição prevalece, em sistemas fechados, sem trocas com o nível intenso de mudança no meio externo.

Para um novo mundo, uma nova forma de atuação, exatamente, quando o mundo dos negócios encontra o design. Experiências significativas comandarão a percepção de contribuição das marcas. No meio disto um propósito muito claro, que junta em um conjunto de duas partes, os funcionários todos de uma organização que passam a se relacionar com o que o planeta precisa.

Esta visão nos traz o conceito da ideia central de propósito, ou seja, quando as marcas criam superlativos do que a marca passa a declarar uma postura muito clara de conexão entre todos os atores da sociedade.

Sustentabilidade talvez seja dos temas mais fascinantes que se pode conhecer, mas a complexidade aportada ao conceito merece pensamento disruptivo, desapegado de paixões, de grande força de colaboração massiva, entendendo que neste novo mundo, não há a menor condição de obter consenso. Trabalha-se então para juntar duas grandes vertentes apontadas pelo MIT e pela Capgemini, a ciência dos dados aliada à ciência do comportamento humano passa a delinear os sistemas de interface.

Ou seja, o futuro do sucesso das empresas depende fundamentalmente da conectividade e uso massivo de dados, uma inteligência focada em ambientes colaborativos e o foco inexorável do ser humano, o futuro está colocado nestes termos hoje.

CARLOS PIAZZA

Todos os direitos reservados. Reprodução ou divulgação total ou parcial deste documento, é expressamente proibido sem consentimento formal, por escrito, do autor.

./.