

O DISCURSO DO RÉU

**O QUE O CAPITALISMO CONSCIENTE
TEM A DIZER EM SUA DEFESA?**

MARIA BRASIL



O DISCURSO DO RÉU

O QUE O CAPITALISMO CONSCIENTE
TEM A DIZER EM SUA DEFESA?

MARIA BRASIL



V00



Querido leitor,

Desejo que esta seja uma viagem incrível rumo a novas reflexões e caminhos. Se quiser mergulhar ainda mais fundo nessa transformação, o convido a acessar meu site para nutrir-se de novos conteúdos, a qualquer momento.

Acesse pelo QR Code acima ou pelo endereço:

www.mariabrasil.me

O DISCURSO DO RÉU

**O QUE O CAPITALISMO CONSCIENTE
TEM A DIZER EM SUA DEFESA?**

MARIA BRASIL



V00

PRO

O discurso do réu: o que o capitalismo consciente tem a dizer em sua defesa? © Maria Brasil Pereira, 2017

1ª edição: 2017 1ª reimpressão: 2018

Projeto: Maria Brasil

Direção Editorial: Voo Pro

Revisão: José Maurício Carneiro e Priscila Seixas

Capa: Cazulo Negócios com Propósito

Diagramação: Cazulo Negócios com Propósito

Imagem de Capa e Internas: Microba Grandioza/Shutterstock

Catálogo na Publicação (CIP)

Brasil, Maria
B823 O discurso do réu: o que o capitalismo
consciente tem a dizer em sua defesa? / Maria
Brasil. - Curitiba: Voo Pro, 2017.
112 p.

ISBN 978-85-94332-02-8

1. Capitalismo - Aspectos morais e éticos 2.
Responsabilidade social da empresa 3. Valores
sociais 4. Ética empresarial 5. Comunicação -
Aspectos sociais I. Título

CDD: 174.4

Elaboração: Cleide A. Fernandes CRB6/2334

Os nomes das empresas e marcas mencionadas neste livro são de propriedade dos seus respectivos donos.

A autora Maria Brasil e a empresa parceira Essence Branding apoiam os direitos autorais. Direitos autorais alimentam a criatividade, encorajam a diversidade de opiniões, promovem o discurso livre e criam culturas vibrantes. Obrigado por adquirir uma cópia autorizada desta obra.

Todos os direitos reservados. Nenhum trecho desta obra pode ser reproduzido – por qualquer forma ou meio, mecânico ou eletrônico, fotocópia, gravação etc. – nem estocado ou apropriado em sistema de imagens sem a expressa autorização da autora, detentora dos direitos autorais da obra no idioma português.

Impresso no Brasil

Direitos autorais da obra original: Maria Brasil Pereira, Salvador/BA

Editora Doyen Ltda. – ME
Rua Ébano Pereira, 11, conj. 1203, Curitiba/PR, 80.410-240
www.editoravoo.com.br

DEDICATÓRIA

Antes de qualquer outra coisa, eu sou amor.

Todos nós somos. Acredito que esta é a base, a essência do ser humano. Sem ele, nada tem sentido. Viver a alegria de construir uma obra como esta sem compartilhá-la com quem amo também não teria sentido. É por isso que dedico este livro àquelas pessoas que mais me deram amor em suas vidas; do meu nascimento, aos dias de hoje. Dedico este livro aos meus pais. Pela educação, que me permitiu que chegasse até aqui; pela visão de mundo, que me ajudou a construir minhas próprias percepções; pelo estímulo aos sonhos, que me fez romper barreiras para ir em busca do que realmente acredito; e pelo amor. Pois, no final, tudo se resume a ele. Ao amor. Por isso, dedico este livro a toda minha família – consanguínea ou não – que me nutre diariamente com doses de amor.

Maria Brasil

AGRADECIMENTOS

Antes de mais nada, peço licença para expressar toda a minha gratidão. Afinal, você não estaria lendo este livro neste exato momento se não fosse pelo esforço, cuidado e carinho de algumas pessoas que foram muito especiais em todo o processo.

Em primeiro lugar, ao professor que topou encarar essa loucura junto comigo, me orientando neste projeto durante um ano inteiro. Adriano Sampaio, fica aqui meu muito obrigada por todas as orientações, correções, feedbacks e indicações de leituras que me permitiram construir essa obra com tantas referências e influências de alta relevância. Sua contribuição foi fundamental.

Com o mesmo carinho, agradeço àquele que posso chamar de “mola propulsora” de todo esse processo de publicação, sem o qual esta obra não passaria de mais um arquivo armazenado na memória do meu computador. Thomas Eckschmidt, grande amigo e companheiro de jornada, que me incentivou e ajudou a publicar este livro, e coroou essa participação escrevendo com tanto carinho o prefácio que vocês lerão mais adiante.

Por fim, mas com mesmo prestígio, agradeço à Claudia Kubrusly, Priscila Seixas e toda equipe da Editora Voo, que me surpreenderam com tamanho cuidado em cada detalhe da produção desta obra.

A vocês e todos os outros que colaboraram para que esse sonho se tornasse realidade, todo o meu coração.

Gratidão!





SUMÁRIO

PREFÁCIO	15
APRESENTAÇÃO	19
INTRODUÇÃO	23
<i>O capitalismo em xeque</i>	23
<i>O capitalismo ganha consciência</i>	27
<i>Os quatro pilares</i>	30
<i>Aperte o cinto!</i>	34
CAPÍTULO I – INSTALAÇÃO	36
CAPÍTULO II – AS TESTEMUNHAS	42
CAPÍTULO III – PROMOTORIA E DEFESA	52
CAPÍTULO IV – O DISCURSO	60
CAPÍTULO V – O JUÍZO FINAL	70
LISTA DE PERSONAGENS	99
REFERÊNCIAS	105

PREFÁCIO

Desde 2010, quando entrei em contato pela primeira vez com o movimento global do Capitalismo Consciente, nunca havia visto uma publicação acadêmica sobre este tema com a abordagem apresentada pela Maria Brasil. A grande maioria das publicações trata puramente de negócios, práticas ou então jornadas específicas de uma ou outra empresa na busca por um capitalismo mais consciente.

Conheci a Maria há uns três anos, por meio de amigos em comum da Bahia. Desde então, venho acompanhando a jornada dela por um mundo mais consciente, com mais propósito e de melhor impacto social e ambiental, através dos projetos que desenvolve. A cada interação, ela me surpreende com ideias fantásticas, resultados espetaculares e uma paixão cada vez maior e melhor pela transformação da sociedade.

A perspectiva proposta por minha grande e querida amiga nos leva a uma viagem incrível. Explorar a ideia de julgar o capitalismo – como se este fosse um réu diante de um tribunal formado por grandes pensadores – é uma oportunidade única para reavaliar de forma criativa o impacto deste sistema econômico em nossas vidas e na sociedade como um todo.

Os indicadores econômicos estão aí para demonstrar os enormes ganhos sociais obtidos historicamente pelo capitalismo. Os avanços são significativos, como, por exemplo, a redução da pobreza mundial absoluta de 95% para 15% nos últimos 200 anos, segundo dados da ONU. Assim como o aumento da renda per capita média de US\$ 5 mil para US\$ 7 mil ao ano (dados do Banco Mundial) e o aumento da expectativa de vida de 30 para mais de 70 anos (segundo a

Organização Mundial da Saúde). Esses números são uma forma bastante pragmática de ver o impacto do capitalismo, mas nem por isso devemos concluir que este sistema é bom e não pode ser melhorado.

Neste sentido, voltando à abordagem sugerida pela autora nesta obra, a discussão proposta com base em fatos reais, num confronto de ideias e argumentos por personalidades históricas e contemporâneas, torna-se uma contribuição valiosa para quem deseja pensar a trajetória do capitalismo – mais precisamente, o surgimento do Capitalismo Consciente. O viés literário da trama que a Maria criou como pano de fundo para o debate é o elemento chave para que sua pesquisa acadêmica abra-se para um texto leve e acessível a todos.

O capitalismo é fundamentalmente ético, pois se baseia em trocas voluntárias, em que ninguém é obrigado a comprar de ninguém e, nem mesmo, vender para alguém, a não ser quando as partes estão de comum acordo. Mas é claro que nem sempre é tão simples ou tão claro esse conceito. Por isso, enxergar a jornada histórica deste sistema nos possibilita uma reflexão profunda e filosófica sobre como estamos tratando a sociedade e os nossos negócios.

Sabemos hoje que um capitalismo mais consciente é possível. Um sistema em que o propósito maior vai além do lucro e os benefícios passam a ser percebidos por todos os atores, gerando um verdadeiro ganha-ganha-ganha em múltiplas dimensões. Temos os pilares para a construção de negócios fortes, capazes de se protegerem em tempos de crise e prosperarem em tempos de bonança. Por isso, à frente dessas organizações, precisamos de líderes conscientes, capazes de enxergar estas alternativas para um desenvolvimento sustentável e consciente.

Convido você, leitor, a abrir seu coração e a cair de corpo e alma nesta leitura. Faça o seu próprio julgamento diante dos fatos apresentados pela defesa e promotoria. Acompanhe este caso e tire suas próprias conclusões, antes de ler a conclusão da autora.

Thomas Eckschmidt

Cofundador do Instituto Capitalismo Consciente Brasil

Coautor do livro Fundamentos do Capitalismo Consciente (Editora Voo, 2016)

Coautor do livro Conscious Capitalism Field Guide (Harvard Business Press, 2018)



APRESENTAÇÃO

Durante minha trajetória profissional dentro do universo da comunicação e do marketing, sempre foi latente em mim a sensação de que, no meio daquele mundo dinâmico, tentador, apaixonante e no qual a onipresença do ego fazia parecer não haver mais espaço para nada, ainda faltava algo. Algo importante, verdadeiramente relevante, que adormecia em mim, anestesiado por trás de tantas pautas sem prazo. Em 2015, dois anos antes de eu escrever este livro, vivi uma intensa crise de significado. Não conseguia mais enxergar o real valor no trabalho que havia desenvolvido para todas aquelas grandes marcas e organizações multinacionais. Foi então que eu percebi que o problema residia exatamente nesta questão: desde sua origem, ao longo de todas as décadas, o trabalho do marketing atende exclusivamente aos interesses dos anunciantes e seus acionistas. Mas... onde ficam as pessoas? Será que as pesquisas de mercado feitas pelas grandes consultorias têm verdadeiro interesse em saber como se *sentem* os seres humanos que existem por trás dos “consumidores”?

Estes e outros questionamentos me levaram a um mergulho profundo em busca de novas alternativas. E uma das que encontrei foi o Capitalismo Consciente. Foi esta teoria, na qual reside uma das bases para o desenvolvimento do marketing com significado – ou marketing com propósito – que trouxe resposta para grande parte das minhas questões. Trata-se, contudo, de uma teoria bastante recente e que, por isso mesmo, ainda é pouco explorada no ambiente acadêmico, o que serviu para mim como grande motivação para abordar esse tema em minha tese. Além de enriquecer o arcabouço

teórico acerca dessa nova corrente de pensamento, minha intenção era, de alguma forma, confrontar tais ideias com as correntes tradicionais e clássicas da economia e da comunicação. Tudo isso, é claro, por meio de um distanciamento técnico que cabe a todo pesquisador.

Assim, a partir de todo esse contexto, nasceu o livro “O Discurso do Réu”. O produto final de minha pesquisa é uma construção literária que discorre sobre o tema proposto, trazendo conteúdos teóricos e argumentos reais construídos sob o olhar da comunicação mercadológica, mas com a leveza e a criatividade que uma obra de ficção permite.

No enredo que segue, um tribunal imaginário reúne grandes pensadores clássicos e contemporâneos para julgar este que se apresenta como o novo paradigma do mundo dos negócios: o Capitalismo Consciente. Nesse debate de ideias, que costura décadas e coloca passado e presente juntos num mesmo espaço, possibilito que o leitor testemunhe Karl Marx fazendo uma análise semiótica, John Nash discutindo sobre o futuro da Wikipédia e Platão contornando tudo para dar a cartada final. E como isso? Com a licença – que peço aqui – dos pensadores citados, em vida ou em memória, para expressar um pouco das suas ideias, com a leveza literária a que me propus.

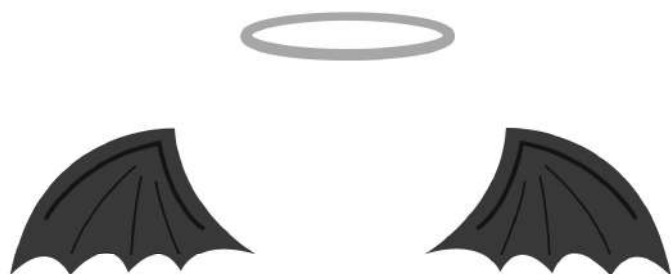
Se por um lado, o livro foi escrito com base na imaginação desta pesquisadora que vos fala, por outro, vale reforçar, foi inteiramente baseado em estudos das obras desses pensadores. Muitos diálogos, inclusive, foram compostos com trechos de documentos, entrevistas e citações reais dos autores estudados, sejam personagens presentes no livro ou não. Reforço, com isso, meu principal objetivo com este livro: apresentar, de forma acessível e agradável, conceitos reais que contribuam para construir e disseminar

conhecimento acerca dos novos rumos que nós, como consumidores, comunicadores e, até mesmo, atores da iniciativa privada, podemos tomar.

Palavras-Chave: Capitalismo Consciente, Propósito, Mercado, Sociedade e Comunicação.

NOTA:

Esta é uma obra de ficção com personagens reais. Todos os diálogos presentes neste livro foram construídos pela autora para ilustrar a trama imaginária. No entanto, os argumentos baseiam-se em fatos, teses e citações reais, devidamente referenciados no texto e ao final do livro. As opiniões emitidas e os fatos reais de autoria referenciada não representam, necessariamente, as da autora ou da Editora.



INTRODUÇÃO

Em pleno século 21, ainda reina diante da humanidade a esperança de que algum dia a luta pela mera subsistência seja eliminada, para que o homem possa enfim usar todo o seu potencial de criação e construção para causas mais nobres.¹ É a partir desta ideia que emerge o Capitalismo Consciente. A iniciativa privada detém hoje a maior parcela do poder para sanar alguns dos grandes problemas sociais e ambientais enfrentados pelo planeta – e a geração de valor compartilhado por parte das marcas e negócios pode ser o primeiro passo em direção a esta realidade. É chegada a hora de tratar e operar a economia com a leveza da comunicação, induzindo a uma quebra de paradigma a partir de novas ideias.

Este livro é um convite a uma viagem no tempo e no espaço, em que se resgatarão grandes pensadores de diversos momentos da nossa história para desembarcar com eles no contexto macroeconômico que abarca hoje esta nova tendência aqui apresentada. Reunindo ideias e teorias do passado e da atualidade num julgamento fictício, onde o réu é o Capitalismo Consciente, vamos nos entreter e refletir sobre o nosso próprio futuro.

O capitalismo em xeque

Antes de qualquer coisa, para compreender todo este cenário, faz-se necessário entender como chegamos até aqui. A história da economia nada mais é do que a história de como

¹ Referência à citação de AVENA, Armando em **A última tentação de Marx**. (1998, p.8)

os homens se relacionam entre si e com o meio onde vivem, para satisfazer suas necessidades. Com a evolução do conhecimento humano, da ciência e da tecnologia, junto com o aumento do nível de consciência humana, essa história vem se moldando ao longo dos anos.

Desde os primeiros registros de hominídeos trocando entre eles peças fabricadas em sílex², a humanidade evoluiu intensamente em relação às formas de interação social e econômica. Saímos da economia agrícola, iniciamos a formação das primeiras organizações sociais e adentramos a era do mercantilismo e das primeiras civilizações. Nasceu o dinheiro. Desde então, tal fator passou a ser cada vez mais determinante e balizador do desenvolvimento científico, tecnológico e, principalmente, das relações socioeconômicas que desempenhamos. Chegamos então à Revolução Industrial. Deste ponto em diante, instaurou-se no Ocidente um sistema econômico indubitavelmente forte, mas, ao mesmo tempo, bastante questionado.

Poucas coisas conquistaram tanto ódio, detração e má fama da humanidade quanto o capitalismo. Desde seus primórdios, essa ideologia sofre uma condenação social que só aumenta com o passar dos anos.

A saga do capitalismo é cheia de paradoxos, por mais que a maioria dos tipos de teoria social – a teoria econômica em particular – não os leve de modo algum em consideração. Do lado negativo, temos não só as crises econômicas periódicas [...] a abundância de alienações e exclusões sociais e as angústias da insegurança, violência e desejos não realizados. No lado positivo, alguns de nós

² Rocha sedimentar dura, composta de sílica, bastante utilizada durante o período pré-histórico para confecção de armas e utensílios de corte.

vivemos em um mundo onde os padrões de vida material e o bem-estar nunca foram maiores, [...] a esperança é eterna e tudo parece possível (da autoclonagem à viagem espacial). (HARVEY, 2011, p. 102)

Até hoje, a balança ainda não consegue mensurar ao certo se o sistema econômico vigente na maior parte do planeta é realmente a melhor solução para a humanidade. Mas o que se sabe com certeza é que seus progênitos não ajudam: desigualdade na distribuição de recursos,³ crise migratória de refugiados na Europa e o marco de 800 mil pessoas vivendo com menos de dois dólares por dia.⁴ Isso só para citar alguns deles. Por outro lado, dados do *American Economic Review* e do *Quarterly Journal of Economics* mostram que, há apenas 200 anos, 85% da população mundial vivia em extrema pobreza (definida como renda inferior a um dólar por dia), e hoje esse índice está em 16%. “O capitalismo de livre-iniciativa criou prosperidade não apenas para alguns, mas para bilhões de pessoas, em todos os lugares” (MACKEY; SISODIA. 2013, p. 12).

Ao longo da história, nenhuma criação humana exerceu maior impacto positivo sobre tantas pessoas e com tamanha velocidade como o capitalismo de livre-iniciativa. Sem dúvida, trata-se do maior sistema de inovação e de cooperação social já criado, pois proporcionou a bilhões de pessoas a oportunidade de participar de grande experiência de ganhar o próprio sustento e encontrar sentido existencial por meio da criação

³ 50% da riqueza mundial está concentrada nas mãos de 62 pessoas (OXFAM, 2014).

⁴ UNITED NATIONS. The Millenium Development Goals Report.

de valor para os outros. (MACKEY; SISODIA, 2013, p. 11)

Seja de um lado ou do outro dessa balança, o que fica evidente é que os cenários sociais, econômicos e ambientais vividos pelo planeta neste início do século 21 já anunciam a necessidade de uma mudança de comportamento dos seus habitantes. Mas, logicamente, isso terá início somente a partir da mudança de paradigmas. Está claro que o mundo precisa rever seu modelo de desenvolvimento para prosperar de forma mais sustentável.

Que esse é o mundo contraditório em que vivemos, e que continua a evoluir em um ritmo acelerado de modo imprevisível e aparentemente incontrolável, é inegável. No entanto, os princípios que sustentam essa evolução continuam obscuros, em parte porque nós, seres humanos, lidamos mais com essa história com base em caprichos de algum tipo de desejo humano coletivo e às vezes individual, em vez de buscar princípios evolutivos dominantes do tipo que Darwin descobriu no campo da evolução natural. Se quisermos mudar o mundo coletivamente em uma configuração mais racional e humana por meio de intervenções conscientes, temos primeiro de aprender a compreender muito melhor do que compreendemos agora o que estamos fazendo com o mundo e com quais consequências. (HARVEY, 2011, p. 102)

O capitalismo ganha consciência

Em meio a tantos discursos que levam a distintas reflexões, algumas informações chamam atenção: nos Estados Unidos, por exemplo, pesquisas indicam que, atualmente, as corporações são vistas como gananciosas, egoístas, exploradoras e indignas de confiança pelos norte-americanos.⁵ Este cenário reflete a transformação dos valores e paradigmas cultivados pelo mercado consumidor, da qual emerge uma crescente pressão imposta pela sociedade contra as empresas voltadas ao acúmulo de capital. Estas passam a representar entidades responsáveis pelo ecossistema onde estão inseridas, gerando assim uma nova noção de responsabilidade social.

As pessoas querem mais do que apenas campanhas eco-responsáveis ou promoções mercadológicas que explorem dias pontuais voltados à observação de determinada causa social. Os consumidores querem que as empresas sejam, sintam-se e posicionem-se de maneira responsável e consciente todos os dias.

Surgem então novas pautas a serem discutidas pelas organizações, que começam a se posicionar publicamente em relação aos problemas sociais e ambientais do mundo.

Conceitos como “responsabilidade social” e “consumo consciente” chegam para ficar. No Brasil, uma grande referência no âmbito da responsabilidade social corporativa, é o Instituto Ethos, organização da sociedade civil de interesse público “cuja missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na

⁵ MACKEY, John; SISODIA, Raj. (2013, p. 18)

construção de uma sociedade justa e sustentável” (INSTITUTO ETHOS, 2017). O instituto, fundado em 1998, apresenta à sociedade uma conceituação acerca do tema:

Responsabilidade Social é a forma de gestão que se define pelo compromisso público de implementação de processos produtivos, comerciais e gerenciais baseados em relações éticas, transparentes e solidárias da empresa com todos os públicos afetados pelas suas atividades e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com a sustentabilidade da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a igualdade. (INSTITUTO ETHOS, 2005)

Empresas de grande porte representam hoje 44% dos associados Ethos. Organizações como a Natura, o Carrefour e a Shell são parceiros institucionais e defendem um modelo de gestão que inclui práticas alinhadas com a proposta da instituição.

Já no âmbito do consumo consciente, a referência é o Instituto Akatu, organização não governamental sem fins lucrativos. Criada em 2001, essa instituição trabalha pela conscientização e a mobilização da sociedade para o consumo consciente – “e assim contribui para a transição acelerada na direção de estilos sustentáveis de vida, inspirados em uma sociedade do bem-estar e viabilizados por modelos sustentáveis de produção e consumo” (INSTITUTO AKATU, 2014). De acordo com o instituto, o consumo consciente se refere a:

Ter a visão de que o ato de consumir um produto ou serviço está num contexto maior de ciclo de

produção, trazendo consequências positivas e negativas não apenas ao consumidor, mas também ao meio ambiente e à sociedade, que vão além dos impactos imediatos. É um ato que leva em conta a sustentabilidade ambiental, social, econômico e individual, de forma a preservar a vida no planeta. (INSTITUTO AKATU, 2014)

É neste contexto que se torna evidente o poder que as grandes corporações detêm hoje para abraçar a resolução dos problemas sociais e ambientais enfrentados pelo planeta.

Grandes marcas têm a escala, alcance, recursos e capital humano – além de décadas de habilidades e conhecimentos acumulados – necessários para efetuar mudanças maciças. Eles podem fazer coisas que ninguém mais – em alguns casos, nem mesmo os governos nacionais – podem fazer. Eles têm o potencial de ser as forças mais poderosas do mundo para o bem. (TRENDWATCHING REPORT, 2016)

Aqui chegamos ao ponto crucial dessa trajetória brevemente descrita: o momento em que surge uma nova abordagem no mundo dos negócios, que tem como base a criação de valor compartilhado para a sociedade e, como consequência, a obtenção de lucros. É o chamado Capitalismo Consciente.⁶ A princípio, o termo pode causar certa estranheza ao reunir dois conceitos tão antagônicos. O capitalismo, que recebe críticas desde os tempos de Karl Marx, traz consigo uma densa carga de significado,

⁶ Conceito desenvolvido pelo pesquisador indiano Raj Sisodia a partir de uma pesquisa desenvolvida durante o seu doutorado, quando estudava a produtividade e a eficácia do marketing na Universidade de Bentley, nos Estados Unidos. (SISODIA, Raj; SHETH, Jag, 2002)

proveniente de longos anos de efeitos – positivos e negativos – ao redor do mundo. Já a consciência vem somar forças ao termo no seu mais puro e simples significado. Ser consciente, para adeptos do Capitalismo Consciente, é ter ciência do seu impacto no todo. E é assim que funciona este novo modelo: as empresas conscientes são aquelas que têm pleno conhecimento dos impactos que causam – positivos e negativos – e, com isso, podem tomar decisões e modelar suas gestões em prol de um mundo mais sustentável, social ecológica e economicamente.

Em 2008, nasce o movimento Capitalismo Consciente, fundado por Raj Sisodia, pesquisador indiano com PhD na área de Marketing, com o intuito de difundir tais conceitos e estimular a mentalidade consciente no âmbito empresarial.

Os quatro pilares

A concepção de negócios conscientes começa a emergir no Brasil na década de 2010, ocasião em que a mídia dá os primeiros passos na abordagem deste assunto. Nesse ínterim, o termo “organizações com fim de benefício” foi escolhido para descrever tais empreendimentos que não apenas geram renda, mas dão alta prioridade a uma missão social e/ou ambiental explícita, também chamada de “propósito”. Tal definição é exposta por Sabeti (2011):

Duas grandes características distinguem uma organização dessas: o compromisso com um propósito social e a dependência da auferição da receita. [...] O primeiro passo na formação de uma entidade com fins de benefício é deixar bem claro que essa é a intenção. (SABETI, 2011, p. 58)

O traço comum a todas essas organizações – e também o ponto mais importante delas – é o fato de possuírem, no cerne dos seus negócios, um propósito maior, que traz à tona uma questão fundamental: a sua razão de existir. Conforme apresentam Mackey e Sisodia (2013, p. 50): “o propósito é a cola que mantém a empresa unida, o líquido amniótico que nutre de vida a força organizacional.” Nesse contexto, os autores afirmam ainda:

Para as empresas, propósito é importante como fonte de energia e meio de transcender os anseios particulares de *stakeholders* individuais. Quando todas as partes interessadas estão alinhadas em torno de um propósito comum e mais elevado, diminui a tendência de se preocuparem apenas com os objetivos imediatos. (MACKEY; SISODIA, 2013, p. 46)

Nessa corrente de pensamento, o propósito é posicionado como o primeiro e principal pilar do Capitalismo Consciente, ressignificando o conceito de “sucesso”. Assim, a obtenção de lucros deixa de ser o principal objetivo do empreendedor, dando lugar à valorização do impacto positivo a ser gerado para a sociedade.

O segundo princípio do Capitalismo Consciente é a integração dos *stakeholders*, este também um fator de atenção para as organizações que desejam se enquadrar no modelo. O que em teoria deveria ser um elemento basilar de sustentação da cadeia produtiva, mostra-se um diferencial praticado pelas empresas conscientes. A chave para compreender a mudança do *mindset* é a lógica do “ganha-ganha-ganha”: todos têm que ganhar. Nesse modelo, não é apenas a empresa que lucra, mas também o fornecedor e a sociedade, que recebe um serviço de alta qualidade com real valor para a vida das pessoas.

Administrar para as partes interessadas não tem nada a ver com pensar em *trade-offs*, mas com utilizar a inovação e o empreendedorismo para levar os principais *stakeholders* à melhor situação possível e fazer seus interesses convergirem para uma mesma direção. (FREEMAN *apud* MACKEY; SISODIA, 2013, p. 76)

O terceiro elemento para um negócio consciente é a sua liderança. Líderes conscientes, diferentemente de meros chefes de setor, são capazes de construir equipes altamente engajadas e motivadas, com altíssimo potencial produtivo. Faz-se importante ressaltar que, dentro do ambiente organizacional, nem todos os líderes ocupam posições de gestão ou sequer atuam no corpo diretivo. Os melhores líderes estão espalhados pela organização e se destacam primordialmente pelo poder de influência que exercem sobre os demais.

Líderes maduros e firmemente alinhados com o propósito do negócio são as verdadeiras chaves para a manutenção de valores e fortalecimento das crenças cultivadas pela equipe.

Quando tratamos de organizações, estamos tratando, acima de tudo, de pessoas. Elas não apenas compõem as empresas, como são o seu recurso primordial. E, quando tratamos de pessoas, estamos automaticamente tratando de cultura, visto que estes são conceitos intimamente relacionados. De acordo com Denys Cuche: “O indivíduo e a cultura são vistos como duas realidades distintas, mas indissociáveis, que agem uma sobre a outra: somente pode-se compreender uma em sua relação com a outra.” (1999, p. 82)

Na obra *A noção de cultura nas ciências sociais*, Cuche traz uma abordagem sociológica sobre a cultura de

empresa, ressaltando o papel dos indivíduos na sua construção e desenvolvimento:

Para os sociólogos, a noção de cultura de empresa é usada para designar o resultado das confrontações culturais entre os diferentes grupos sociais que compõem a empresa. A cultura de empresa não existe fora dos indivíduos que pertencem à empresa; ela não pode ser preexistente a eles; ela é construída nas suas interações. (CUCHE, 1999, p. 213)

Ainda sobre esse tema, em seu livro *Propósito*, Joey Reiman salienta a importância da cultura dentro de uma organização: “A cultura é definida pelas crenças compartilhadas de uma organização. A cultura é que dá vida a uma empresa.” (2013, p. 85).

Fica evidente, assim, o quanto a cultura de uma empresa é fator determinante no seu sucesso: ela pode trazer vigor à equipe, tornando-se aspecto de vantagem competitiva, bem como pode ser um elemento de degradação, caso não seja bem gerida.

Nas empresas conscientes, a cultura se apresenta como o quarto pilar de sustentação. É, portanto, um elemento basilar na construção de tais negócios. Para Mackey e Sisodia, “empresas conscientes têm culturas peculiares, que ajudam a fortalecer o propósito maior e a manter a harmonia de interesses entre os *stakeholders*. Culturas conscientes são autossustentáveis, autocurativas e propensas à evolução” (2013, p. 232).

Chegamos, portanto, ao fim dessa trajetória panorâmica das relações econômicas e do capitalismo. É exatamente neste ponto do percurso – o momento em que emerge o Capitalismo Consciente sustentado por seus quatro

pilares: propósito, integração dos *stakeholders*, liderança e cultura conscientes – que tem início a nossa trama jurídica. O que terá ele a dizer em sua defesa?

Aperte o cinto!

Aqui começa nossa viagem no espaço-tempo, onde passado e presente irão se misturar para construirmos uma reflexão acerca da influência de tais dinâmicas nas práticas comunicacionais das corporações que as adotam – ou afirmam adotar. Usando o *background* fornecido pelas ciências econômicas, vamos reunir alguns dos maiores expoentes do pensamento que a humanidade já conheceu, costurando décadas e séculos de conhecimento, numa espécie de tribunal do júri em que o réu é o Capitalismo Consciente. Ao longo deste julgamento, iremos compreender mais a fundo o cenário em que se enquadram as “empresas conscientes”, para que então possamos nos debruçar nas práticas comunicacionais de tais organizações e na forma como são conduzidas. As campanhas publicitárias serão a ferramenta principal dessa análise, enquanto material de disseminação e expansão de valor compartilhado.

O que nos aguarda no final dessa viagem? Certamente uma boa dose de insights para ampliarmos nossa visão e recebermos abertamente esse novo paradigma que chega ao mundo dos negócios. O percurso pode parecer denso, mas você pode ter certeza: a leitura será leve e prazerosa.

Aperte o cinto e embarque nesta jornada de transformação. Boa viagem!



CAPÍTULO I

INSTALAÇÃO

A história desse julgamento teve início numa bela manhã de terça-feira do mês de setembro de 2015. Naquele dia, antes mesmo das portas do fórum se abrirem, já era possível ver o rebuliço que se alastrava pelos arredores do tribunal. Centenas de pessoas se aglomeravam por ali, tentando “esticar as vistas” para enxergar algum dos grandes nomes que mais tarde se apresentariam diante da suprema corte.

Entre curiosos, jornalistas e defensores das duas correntes, encontravam-se, acima de tudo, indivíduos sedentos por respostas. Nunca antes um julgamento fora tão aguardado, em função da sua alta relevância histórica, econômica e social. “Como pode um único réu ser responsável por tamanho impacto na humanidade?” Essa era a pergunta que estampava as manchetes dos jornais daquele dia.

Às sete horas em ponto, os guardas do Fórum Ruy Barbosa, localizado na cidade de Salvador, procederam à abertura das portas. Inicialmente, foi permitida a entrada dos jornalistas credenciados, que logo se posicionaram em seus boxes no balcão superior, conectando todo aquele aparato de equipamentos que transmitiria o espetáculo ao vivo para as residências de milhões de telespectadores ao redor do mundo. Em seguida, foi recebido o público que ocuparia os assentos do auditório. Proletários inflamados, empresários indignados, sindicalistas organizados, estudantes de direito curiosos e cidadãos civis engajados estavam presentes na plateia que se



Continue sua leitura do livro!



[CLIQUE AQUI](#) para comprar seu exemplar
ou acesse pelo QR Code abaixo.



Sobre o Livro

Embarque nesta viagem a um tribunal onde alguns dos pensadores mais expoentes da humanidade, do passado e do presente, se encontram para julgar este que se apresenta como o novo paradigma do mundo dos negócios: o Capitalismo Consciente.

Neste cenário de ficção repleto de bom humor, argumentos reais e conteúdos teóricos se mesclam à trama que aborda a trajetória do Capitalismo e analisa suas novas práticas, sob o olhar da comunicação mercadológica.

Apenas em “O Discurso do Réu” é possível testemunhar Karl Marx fazendo uma análise semiótica, John Nash discutindo sobre o futuro da Wikipedia e Platão contornando tudo isso para dar a cartada final. Este livro transforma o debate atual acerca do futuro das empresas numa leitura descontraída e recheada de bons insights.

A AUTORA FAZ UMA ABORDAGEM SOBRE O CAPITALISMO CONSCIENTE DE MANEIRA INOVADORA, CRIATIVA E SENSÍVEL.

O LIVRO AJUDA A ENTENDER COMO AS PRÁTICAS DESTES NOVO PARADIGMA SÃO BEM DIFERENTES DAS CRENÇAS ENRAIZADAS QUE PAUTAM O CAPITALISMO PREDATÓRIO NAS SUAS DIVERSAS PRÁTICAS DO MARKETING E DA PROPAGANDA.

VALE A LEITURA DIVERTIDA PARA TODOS QUE DESEJAM CONHECER MAIS SOBRE ESTE UNIVERSO!

SIMONE BAMBINNI

Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP)
e Coordenadora do curso de RP da FAAP/SP

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-94332-02-8



9 788594 332028



**CAPITALISMO
CONSCIENTE®
BRASIL**

Copyrighted Material



essence

MARCAS COM ALMA



VOO

PRO