

LA EMPRESA SOCIAL.

OTA DE LEONARDIS, DIANA MAURI Y FRANCO ROTELLI

Buenos Aires, Nueva Visión, 1995. 232 p. (Colección La Investigación Social)

Reseña por Silvia Chirino

Se empezó a hablar de Empresa social en 1987, para dar nombre a las nuevas estrategias dirigidas a enfrentar la crisis del trabajo y la crisis de la asistencia en algunas experiencias históricas de innovación de las instituciones y de las políticas sociales en diferentes lugares de Europa.

La tarea de los autores es recoger y contar historias de experiencias, reflexiones y estrategias que se desarrollan en los límites entre el mundo de la empresa y la producción por un lado, y el mundo de la asistencia y los costos sociales por el otro.

La empresa social es una estrategia productiva cuyo lugar de elección es lo social, la reproducción, la asistencia, la redistribución. Es una estrategia para que lo social se vuelva rentable (tradicionalmente improductivo, puro costo, puro gasto, o peor).

La riqueza existe en lo social de la que dispone la empresa social, cuatro recursos esenciales:

- 1) Los recursos humanos inutilizados
- 2) Las culturas de empresas inutilizadas
- 3) Los recursos públicos inutilizados
- 4) Los recursos tratados como costos

Se presentan en el texto experiencias como la de Trieste (psiquiátrico), de Parma (presos), etc.; estas son experiencias de vida, como orientador se puede dar algunos indicadores, algunos elementos de la fórmula, sucede que “[...] aquí se produce energía social, no es posible proyectarlo en el escritorio, no es el resultado de un proyecto a priori [...]”, las acciones están dirigidas a otra cosa, a reconstruir y reconectar los fragmentos de la vida de las personas concretas, de cada individuo en particular, lo que no disminuye la dimensión estratégica.

La propuesta es permitir que las personas hagan su recorrido y acompañarlas, darles lugar a fin de que puedan apropiarse de la palabra y reconocerlas como motor de la transformación de la comunidad y de ellos mismos. La voluntad, la capacidad de decisión, la autonomía, la libertad, son recursos que crecen con el uso.

No faltan ideas, sino dinero para realizarlas, quizás porque se derrocha en asistencia. Es necesario que haya un gasto social, pero que este se invierta en sujetos y estructuras capaces de producir valor social agregado.

“[...] Nosotros, empresarios sociales, no podemos ni queremos reducir los recursos humanos, el “factor humano”, porque este último, estas energías enloquecidas, constituyen el capital principal. Nuestro objetivo empresario es producir valor social agregado de naturaleza social, por lo tanto, no una cosa –mercadería o dinero- sino relaciones, intercambios, sociabilidad.”