

ÉTICA EMPRESARIAL – UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE O TEMA.

***Rodolpho Bernardi Neto**

****José Carlos de Jesus Lopes**

Resumo: Este artigo pretende analisar a bibliografia brasileira que define Ética Empresarial. Sua introdução é uma pequena reflexão histórica, pontuando problemas da sociedade brasileira. Define-se Ética de forma genérica relacionando-se com a Moral, Comportamento e o que é certo ou errado na visão de vários autores. Conceitua-se sob a ótica de vários autores de livros e artigos o tema Ética Empresarial, muitas vezes inserido dentro do tema Responsabilidade Social e sugere-se a implantação de um comitê de Ética. Conclui-se com uma reflexão humana sobre o tema.

Palavras-chaves: Ética, Ética Empresarial, Responsabilidade Social, Comitê de Ética.

INTRODUÇÃO

“Moral não é um mero desejo dos fracos de se protegerem dos fortes, nem um recurso dos fortes para dominarem os fracos, mas sim um fator de extrema importância que beneficia o público em geral e o bem-estar de todos. E na história da humanidade não se houvesse pecado tanto contra a moral – muitos sofrimentos lhe teriam sido poupados”.

Victor Kraft

Existe atualmente uma preocupação a respeito dos padrões éticos e comportamentais aplicáveis as pessoas, relações e no mundo dos negócios.

* Bacharel em Administração, Especialista MBA em Gestão Empresarial, Mestre em Gestão Empresarial pela Unimar, Doutorando em Ciências Empresariais pela UMSA, Diretor de Ensino do Centro Universitário de Maringá.

** Bacharel em Economia, Mestre em Economia pela UEM, Doutorando em Ciências Empresariais pela UMSA, docente do Centro Universitário de Maringá e Faculdades Maringá.

Em um passado recente era grande a preocupação do empresário, como indivíduo, com preocupações éticas. Estas preocupações partiam do indivíduo e não da empresa, aponta CARNEIRO (1991 apud TEIXEIRA, 1991:36). A humanidade tem vivido, desde o século XV, com maior ênfase a partir do século XVIII, com a Revolução Industrial, períodos de grandes transformações, caracterizadas por modelos da sociedade capitalista. Nas últimas décadas do século XX, configura-se como uma sociedade do conhecimento. Durante os séculos mencionados, observa-se, de um lado, o desenvolvimento tecnológico nos modelos produtivos e organizacionais das empresas, e mais ultimamente, a informática, provocando desenvolvimento sem precedentes na história do homem. De outro lado encontra-se a sociedade convivendo com problemas sociais, éticos e morais gravíssimos, como vivido nos séculos anteriores às revoluções tecnológicas.

A ética, ou filosofia moral é um dos temas mais debatidos, desde os primórdios da civilização. MONTEIRO cita que ela se prende ao problema do bem e do mal. Somente o homem pode percebê-la, e avaliar sua influência. Sua relação intrínseca com a religião permitiu a disseminação pela humanidade. No mundo Ocidental cresce o conhecimento e orientação por valores éticos, geralmente cristãos.

Neste novo modelo, a produção capitalista, desenvolve a sociedade do conhecimento, que está baseada no novo conceito de inteligência, através da criatividade para solução dos problemas das organizações. No entanto, demandam-se ainda soluções para os outros problemas, como o da responsabilidade social das empresas, do comportamento ético e dos valores sociais elevados, aplicados a cidadãos, dirigentes de empresas, políticos e governantes. Valores sociais, que aplicados à empresa são conhecidos como responsabilidade social empresarial.

Entende-se por Responsabilidade Social de uma empresa a sua *“decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrente do tipo de atividade que exerce”* (FROES, 1999:78). Continua FROES, que apoiar o meio ambiente em que esta localizada, atender uma comunidade restrita, promover o marketing social não basta para uma empresa ser responsável socialmente. Dentre os principais vetores de responsabilidade social de uma empresa pode-se citar: apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua; preservação do meio ambiente; comunicações transparentes; proporcionar retorno aos acionistas; promover sinergia com os parceiros; promover satisfação aos clientes e consumidores (FROES,

1999), e identificar e articular valores éticos claros. “*Responsabilidade social corporativa é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir com o desenvolvimento econômico...*” (FROES, 1999:88)³.

Ter um conjunto de valores éticos é uma importante ferramenta. Os líderes empresariais, por exemplo, buscam a adesão de seus liderados para implantar mudanças que promovam a satisfação dos envolvidos nos processos organizacionais, cujos resultados associar-se-ão à otimização dos fatores produtivos. Os executivos devem ter um código de ética e segui-lo, se não os colaboradores pensarão que o comportamento ético é ilegítimo, pois fica somente no discurso (WELLS, 1998).

Nessa perspectiva, analisa-se a ética, como um fator indispensável a ser implementada nas estruturas organizacional e mercadológica. A ética tem que se incorporar ao produto. A ética passa a ser um dos fatores de produção dos bens e serviços, oferecidos pelas empresas, que tem por objetivo satisfazer as diversas demandas da sociedade. Enumeramos alguns preconceitos relacionados à questão ética, principalmente no Brasil de acordo com classificação propostas por CARNEIRO (1991):

1. A sociedade brasileira estaria vivendo um processo de deterioração de seus valores éticos fundamentais;
2. A corrupção estaria se tornando endêmica
3. A base moral da sociedade brasileira seria frágil e permissiva;
e
4. A destruição paulatina do núcleo familiar conduziria à perda dos valores éticos.

Dentro deste quadro é necessário discutir ética. No Brasil, como em outros países, regulamentos e leis tem tentado exigir um comportamento ético das empresas e das pessoas, acentua MOREIRA (1999:29). Mas afinal, o que ética? Por que a ética dentro das empresas? Ética é um bem subjetivo, intangível. Pode-se incorporar a um bem intangível valor agregado? Como relacionar, aplicar e principalmente não confundir Ética e Moral?

DEFININDO ÉTICA

“*Por não se pensar durante muito tempo que uma coisa é má, ela acaba por parecer boa*”. Esta colocação de Thomas Paine, citado por

³ O grifo é do articulista

NADAS apud (TEIXEIRA, 1991:115) leva-nos a pensar profundamente sobre ética e moral. TUGENDHAT (1996:11) longe de uma definição fechada entende que *“a ética é uma reflexão sobre valores reduzida ao individual e ao inter-humano. É uma questão na vida intersubjetiva das pessoas, que por sua vez, são cercadas por um espaço-temporal, nutridas por valores e juízos religiosos, sociais e morais”*.

MOREIRA (1999:21) diz que a palavra ética tem dois significados: *“disciplina integrante da ciência da Filosofia e conjunto de regras. Como parte da Filosofia, a Ética é o estudo das avaliações do ser humano em relação às suas condutas ou às dos outros... Como conjunto de regras, a Ética é o rol dos conceitos aplicáveis às ações humanas, que fazem dela atitudes compatíveis com a concepção geral do bem e da moral”*.

NALINI (1997:31) define a *“ética como a ciência do comportamento moral dos homens em sociedade”*. É uma ciência, pois tem objeto próprio, leis próprias e método próprio. O objeto da Ética é a moral. A moral, por sua vez, é um dos aspectos do comportamento humano. O autor enfatiza ainda que a expressão moral deriva a palavra romana *mores*, com o sentido de costumes, que são o conjunto de normas adquiridas pelo hábito reiterado de sua prática.

MOREIRA (1999) cita que há pelo menos cinco teorias a respeito da formação dos princípios éticos. A teoria do fundamentalismo, primeira das cinco, propõe que os conceitos éticos sejam obtidos de uma fonte externa ao ser humano. A teoria do utilitarismo, baseada nas idéias de John Stuart Mill (1806–1873), cita que para ser ético o homem tem que escolher sempre a atitude, o ato que leve ao bem maior para a humanidade. Já Emanuel Kant (1724–1804) criador da teoria do dever cívico, também chamada de teoria Kantiana propõe que cada um deve se comportar de acordo com princípios universais. Kant cita que só se deve exigir dos outros o que exigimos de nós mesmos.

Uma quarta teoria, seguindo MOREIRA (1999), é a teoria contratualista, baseada nas idéias de John Locke (1632–1704) e Jean Jacques Rousseau (1712–1778). Esta teoria parte do pressuposto que há uma obrigação do ser humano em se comportar em acordo as regras morais para conviver em sociedade. Os conceitos éticos são extraídos das regras morais. Por fim, pode-se dizer que a teoria relativista seja a mais polêmica, pois parte da proposta que cada pessoa deve decidir sobre o que é ético ou não, com base em suas convicções, condições de vida e conhecimentos.

O estudo destas teorias revela que em todos os aspectos, a ética é fundamental para a vida em sociedade, e devem ser compatíveis com a

concepção coletiva de moral. NALINI (1997:31), citando MÁYNES (1970:12), diz que o objeto da ética é a moralidade positiva, ou seja, “o conjunto de regras de comportamento e formas de vida através das quais tende o homem a realizar o valor do bem”. A Ética como Ciência mantém relações com as demais ciências sociais. A ciência das relações econômicas contraídas pelos homens no processo de produção guarda também pertinência com a ética. O mundo econômico não pode se distanciar do mundo moral.

LEISINGER (2001:18) classifica por moral “*determinadas normas que orientam o comportamento prático, sobretudo para com o próximo, mas também para com a natureza e para consigo mesmo*”. Já a ética, cita o mesmo autor, é entendida como ciência, ocupa-se em dar uma roupagem crítica da moral, avaliando-a descrevendo-a e comparando o tema.

Pode-se notar que as definições são semelhantes, traduzindo Moral como comportamento da sociedade e Ética como conjunto de valores e regras, geralmente escritas ou tacitamente aceitas. Como, então aplicar ética na empresa. As relações empresariais e entre as pessoas na organização seguem que padrão? Como ser ético em relações internacionais, envolvendo costumes, comportamento e moral de culturas diferentes?

ÉTICA EMPRESARIAL – DEFINIÇÕES E CONCEITOS

Ética empresarial é uma das preocupações mais importantes no mundo dos negócios, e talvez uma das mais incompreendidas, diz FERREL (2001:6). O campo da ética empresarial aponta para questões de como saber se as relações entre empresas, empresários, executivos, trabalhadores de empresas distintas são pautadas em boas relações, tem seu cumprimento dentro da ótica moral e dos bons costumes. O primeiro estudo em ética nas empresas na América desenvolveu-se nos Estados Unidos e remontam a década de 70, quando o professor Baumhart realizou uma pesquisa sobre o tema, (ARRUDA, 2001:53). O enfoque sobre Ética ainda era sobre o comportamento pessoal e atitudes profissionais. No Brasil inicia-se um pouco mais tarde, sendo contemplado em 1992 com a sugestão formal por parte do MEC – Ministério de Educação e Cultura de implantar-se a disciplina ética nos currículos dos cursos de graduação.

Mais que uma disciplina, a Ética é uma necessidade das empresas. Um diferencial competitivo e uma obrigação quando se avalia os valores pontuados de uma empresa cidadã. O comportamento antiético está em todas as ações que resultam na falta de justiça para com os outros. A linha divisória entre as ações éticas e antiéticas está longe de ser clara. Como visto, são

inúmeras as definições e linhas de pensamento que definem ética, moral, comportamento, o que é certo ou errado. Um cenário de competição acirrada, simplesmente impede que as empresas sejam conservadoras em suas definições de comportamento ético (WELLS, 1998).

VÁZQUES (apud NALINI, 1997:71) reflete sobre como a economia influi na moral determinante em dada sociedade. Num regime em que o trabalho se vende como mercadoria, desvinculado de sua dignidade ínsita, em que o lucro é o maior objetivo, a moral é egoísta e individualista. Por outro lado, os atos econômicos, assim compreendidos a produção de bens através do trabalho e apropriação e distribuição dos mesmos, não podem deixar de apresentar conotação moral. A atividade do trabalhador, a divisão social do trabalho, as formas de propriedade dos meios de produção e a distribuição social dos produtos do trabalho humano são questões morais. Para incorporar a ética no patrimônio das empresas e no produto, exige-se a mudança de comportamento das pessoas e da sociedade envolvidas nos processos produtivos e organizacionais. As estratégias e as técnicas de produção precisam incorporar a ética nos modelos de gestões. Os consumidores, por sua vez, precisam exigir produtos que contenham ética em todo processo produtivo e organizacional que o gere. Enfim, todos precisam modificar algum aspecto do seu comportamento social, produtivo e gerencial.

SOUZA (2000:47) alerta, porém, por este comportamento estar enraizado por uma cultura, a sua mudança é muito difícil. Exige, portanto, esforços maiores da sociedade e no desenvolvimento de estratégias e ações por parte dos responsáveis pela produção e gerenciamento das unidades empresariais. A mudança de valor é a mais complexa de todas, pois envolve alterações de crenças e valores de um grupo-alvo em relação a algum objeto ou situação. Observa-se normalmente, que o desconhecimento geral sobre a natureza e a extensão da mudança prevista tende a criar uma propensão para que os funcionários a resistam. Outras pessoas, frente às mudanças, constituem uma ameaça à segurança da função e cria ansiedade para muitos empregados.

A mudança pode envolver educação adicional para os funcionários remanescentes. Funcionários não gostam de mudar o que fazem no cargo, quer a mudança lhes seja benéfica ou não. Experiências relatam que as pessoas com maior probabilidade de resistir à mudança normalmente se encontram nos níveis mais baixos da hierarquia de autoridade, muito distanciadas dos profissionais que estabelecem as metas.

As mudanças e atividades empresariais devem ser condizentes às

metas estabelecidas, permeadas por princípios éticos claros e conhecidos pela comunidade interna e externa da empresa. O conceito de mudança tem sido utilizado de diferentes formas de acordo com a marca que se quer imprimir à argumentação. Na década de oitenta, HUSE (1980 apud SARAIVA, 1999:35) identificou quatro diferentes tipos de mudanças e agentes de mudanças:

1. Pressão externa. Ela é exercida por todo ambiente da organização, que pode incluir uma ampla variedade de táticas, incluindo demonstrações de massa e desobediência civil;
2. Desenvolvimento organizacional. Este abrange toda a organização, que pode incluir quaisquer tipos de técnicas, aprimorando o desenvolvimento de times, reuniões de confronto, redesenho organizacional, estabelecimento de objetivos e outras táticas;
3. Mudanças nas pessoas. Estas mais relacionadas aos indivíduos dentro das organizações podendo incluir muitas das mesmas técnicas usadas no desenvolvimento organizacional; e
4. Análise para a alta hierarquia. Também dirigida à organização como um todo, enfatizando o alcance tecnológico e mudança estrutural pela persuasão da alta gerência a aceitar e implementar uma proposta.

A abordagem do tema mudança organizacional na perspectiva da interação que se estabelece entre os diversos ambientes, em que a empresa está inserida, emitindo e recebendo estímulos internos e externos, a descrição dos elementos e das tendências contextuais, de um lado, e dos aspectos estruturais e processuais das organizações, de outro. É a partir desses componentes que se examinam a questão relacionada à ética em toda estrutura social e organizacional.

Evidente que a pressão externa por mudança, incorporando conceitos éticos, as empresas já sofrem. O maior desafio é mudar as pessoas. Um código de ética dentro da empresa pode ser uma estratégia interessante para mudar as pessoas. Deve ser afirmativo, ou seja, enfatizar as condutas éticas, menos do que demonstra as atitudes reprováveis. Alguns processos organizacionais correm mais perigos de posicionamentos na fronteira da ética: a comunicação da empresa, o relacionamento com os investidores, os funcionários, a publicidade da empresa, a segurança dos produtos e serviços oferecidos pela empresa e o relacionamento com os concorrentes e fornecedores (WELLS, 1998). *“Na maioria das vezes, a conduta antiética*

de um gerente, por exemplo, resulta da tentativa de atingir metas que ele foi pressionado a alcançar e considera inatingíveis dentre das fronteiras da Ética” cita WELLS (1998:14). O Comitê de Ética deve ser um órgão interno com autonomia e credibilidade na empresa, par que as ações antiéticas sejam identificadas e desestabilizadas. A direção da empresa deve apoiar o Comitê e incentivar suas atividades. Este Comitê deve elaborar um código de Ética para que os colaboradores da organização tenham claro suas obrigações e limites.

Tais discussões perpassam pela Responsabilidade Social das Empresas⁴ (RSE). DRUCKER diz que: *“A Responsabilidade Social das Empresas passa pela qualidade de vida, sendo a terceira principal área de tarefa das administrações. A administração de todas as instituições é responsável pelos seus subprodutos. É decidir a influência de suas atividades legítimas sobre as pessoas, sobre o meio físico e social”*.

O World Business Council for Sustainable Development (WBCSD, 1999, apud WANDERLEY & COLLIER (2000: 41)), realizando discussões com grupos de vários países iniciou como conceito: *“A Responsabilidade Social da Empresa exige o comprometimento contínuo das empresas se comportando eticamente e contribuindo para o desenvolvimento econômico enquanto melhorando a comunidade local e da sociedade como um todo”*. Eis abaixo, o termo original na língua inglesa:

“Corporate Social Responsibility requires the continuing commitment by business to behaving ethically and contributing to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as those of the local community and society at large” (WBCSD, 1999).

Após a definição do conceito da RSE, definido por WBCSD, HOLME & WATTS (2000:7) apresentou cinco prioridades para a construção da base da RSE. São elas: 1) direitos humanos; 2) direitos do trabalhador; 3) proteção ambiental; 4) envolvimento com a comunidade; e 5) relacionamento com os fornecedores. Nota-se que a Ética perpassa por todas as prioridades citadas pelo autor.

Dentro desse enfoque, WANDERLEY & COLLIER (idem: 40), através da conclusão obtida da tradução livre dos autores HOLME & WATTS

⁴ - A primeira publicação que trata sobre o tema Responsabilidade Social das Empresas, teve como autor Howard R. Bowen, em 1953, cujo título foi: Social Responsibilities of the businessman, editado por Harper & Row, New York.

(idem), puderam concluir que: “RSE é o compromisso das empresas em contribuir para o desenvolvimento sustentável, juntamente com os empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade como um todo, visando a melhoria da qualidade de vida”.

CONCLUSÃO

Retornando ao tema responsabilidade ética nas gestões empresariais, NALINI (1997:65) postula de que pouco vale o conhecimento técnico e o lucro, sem o compromisso do crescimento ético. Acrescenta ainda: “A retitude da consciência é mil vezes mais importante que o tesouro dos conhecimentos. Primeiro é ser bom, logo ser firme, depois ser prudente; e, por último, a ilustração e a perícia”.

Em outras palavras o autor, busca a reflexão sobre as qualidades essencialmente humanas, consideradas sob o prisma ético, que devem ser privilegiadas em qualquer processo organizacional. Mesmo em detrimento dos objetivos mercadológicos e de não indesejada habilidade da reprodução do capital.

Quanto à ação particular de cada profissional, mesmo estando a serviços das hierarquias superiores, cumprindo normas para alcançar a maximização dos lucros, a atividade administrativa e técnica dele pressupõem um conjunto organizado de pessoas, com racional divisão do trabalho na consecução da finalidade social, o bem comum. O espírito de serviço, de doação ao próximo, de solidariedade, é característica essencial à profissão.

Desta forma, pode-se concluir que a função social da profissão ou do profissional não é incompatível o fato de se destinar ela a satisfazer o bem particular de quem a exercita. Se o profissional considera apenas a sua própria realização, o bem estar pessoal e a retribuição financeira por seu serviço, não é alguém vocacionado a qualquer profissão.

Por último, e não menos importante, menciona-se o lugar da ética na vida. A única forma possível de se limitar o limite é tornar o homem mais consciente de suas responsabilidades. E homem consciente de suas responsabilidades é o homem ético. Somente o próprio homem – e ninguém por ele – poderá convencer-se disso. Pois é ser essencialmente livre. E a liberdade é o grande tema da ética moderna. O homem moderno se considera espírito livre, Isso significa que nenhum valor da vida terá, efetivamente, valor se não vier a ser espiritualmente aceito pelo homem. Enfim, não haverá vida humana sem ética, seja nas relações produtivas, organizacionais e sociais, ou em qualquer ambiente em que o homem possa estar presente.

REFERÊNCIAS:

- ARRUDA, Maria Cecília Coutinho & WHITAKER, Maria do Carmo & RAMOS, José Maria Rodriguez. *Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica*. São Paulo: Atlas, 2001.
- BOWEN, Howard R. *Social Responsibilities of the businessman*. New York: Harper and Row, 1953.
- DALAI LAMA *Uma Ética para o novo Milênio*. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2000.
- FROES, César & MELO NETO, Francisco Paulo. *Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial – a administração do terceiro setor*. Rio de Janeiro: Qualitmark, 1999.
- GARCIA, Mauro Neves. A Ética na Empresa ou Negócio. In: Revista Imes v. 14, p.12-16, Jan/Abr. 1997. Revista Imes – São Caetano do Sul.
- LEISINGER, Klaus M. & SCHMITT Karin. *Ética Empresarial – Responsabilidade global e gerenciamento moderno*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2001.
- MAYNES, Eduardo García. *Ética – Ética empírica. Ética de bens. Ética forma. Ética Valorativa*, 18ª ed. México: Editora Porrúa, 1970.
- MOREIRA,
- NALINI, José Renato. *Ética Geral e Profissional*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1997.
- OLIVEIRA, Manfredo Araújo de. *Ética e Economia*. São Paulo: Editora Ática, 1995.
- SARAIVA, Luiz Alex S. *Tomada de decisão em cenários de mudanças*. In: Caderno de Administração, vol. 7, nº 3, p. 35-48, jul-dez, 1999. Revista. Universidade Estadual de Maringá, Paraná – Brasil.
- SOUZA, Maria José Barbosa de. *Marketing Social: Por que utiliza-lo no Brasil?* In: Revista de Estudos Organizacionais, vol. 1, nº 02, p 47-63, jul-dez, 2000. Revista. Universidade Estadual de Maringá, Paraná, Brasil.
- SROUR, Robert Henry. *Ética Empresarial – posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.
- TEIXEIRA, Nelson Gomes (org.). *A Ética no Mundo da Empresa*. São Paulo: Editora Pioneira, 1991.
- TUGENDHAT, Ernst. *Lições sobre Ética*, 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1996.
- WANDERLEY, Lillian S. Outtes; COLLIER, Jane. *Responsabilidade Social*

das Empresas: na busca de referencial teórico. In: Revista da Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração – ANGRAD, vol.1, n° 2, p. 40-51, out-dez, 2000. Revista. Rio de Janeiro, Brasil.

WELLS, Barron & SPINKS, Nelda. Ética, de cima para baixo. In: HSM Management, v.2, n.7, p. 142-146, mar/abr. 1998.

Abstract: This paper intends to analyse the brasilian bibliografy that defines Enterpreneuring Etics. Its introduction is a little historic reflexion, pointing problems of brazilian society. You can define etics in a generic way linking with moral, behavior and what is right or wrong in the point of view of several authors. We define Enterpreneuring Etics inside the topics Social Responsability. The conclusion is a human reflexion about the subject.