

Ética empresarial: um bom negócio

Prof. Severino Dias da Costa Filho¹

Resumo: a consciência político-social tem exercido pressão sobre os agentes econômicos no sentido de prever e regulamentar os efeitos negativos das externalidades. Pela sua natureza pragmática, a ética contribui para a equalização dos grandes problemas sociais que têm origem na atividade e racionalidade econômica. A ética do discurso pode orientar a construção da ética empresarial, agregando valor e qualidade aos empreendimentos econômicos, podendo constituir uma vantagem comparativa. A ética aponta para a idealidade do ser, mas necessita concretizar-se para não se transformar em utopismo. O código de ética da empresa representa a possibilidade da efetivação de princípios e valores voltados para justiça e responsabilidade social.

Abstract: politico-social awareness has brought pressure to bear on economic agents in the sense that they predict and regulate the negative effects of externalities. By its pragmatic nature, ethics contributes to equalizing the major social problems which sprout from economic activity and rationality. The ethics of discourse can guide the construction of ethics in the private sector, by aggregating value and quality to economic undertakings, thereby forming a comparative advantage. Ethics points towards the ideal state of being, but it needs to take on concrete forms if it is not to be transformed into utopianism. The code of ethics of a company represents the possibility of bringing into effect principles and values focused on justice and social responsibility.

A crescente democratização da informação aliada ao aumento do nível de escolaridade da população, entre outros, vem incrementando o nível de conscientização e participação política da sociedade brasileira. O avanço da democracia brasileira tornou pública a histórica desigualdade social e as crises social e econômica. Fatos marcantes da história passada e recente, especialmente os escândalos políticos, financeiros e econômicos expõem a fragilidade dos mecanismos de controle das instituições e da sociedade civil. Fica patente a fragilidade moral e ética da sociedade brasileira. Nesse contexto, o setor público vem sendo questionado e não raras vezes apontado como um dos maiores vilões da nossa história. Sem dúvida, algu-

mas mazelas que caracterizaram a apropriação do Estado brasileiro por parte das elites dominantes ainda se fazem presentes. A sociedade como um todo arca com os custos do empreguismo, do nepotismo, do apadrinhamento, do desvio de recursos públicos, do favorecimento de empresas e indivíduos em obras e contratos.

Neste artigo, procuramos abordar os questionamentos e exigências da reflexão ética para com a economia. Traçamos, em rápidas linhas, a convergência produtiva entre ética e negócios, através da *ética empresarial*. Ao longo deste trabalho, tivemos a preocupação de expor as principais vantagens da aplicação de princípios éticos aos empreendimentos. Em seguida, procuramos abordar o fenômeno da *corrupção*. Recorremos à contribuição da Ética e da Economia para abordarmos suas causas e efeitos na tentativa de determinar suas principais consequências para a sociedade, para a empresa e para a economia. Nossa hipótese é que a corrupção implica fatores antiéticos e antieconômicos.

1 Exigências éticas ao pensamento econômico

Karl-Otto Apel, para quem a situação do ser humano constitui de per si um problema ético², constata que, na “era da ciência”, a questão ética tornou-se paradoxal. Devido ao confronto entre todos os povos, raças e culturas, possibilitado pela civilização técnico-científica, as tradições morais e culturais de cada grupo foram relativizadas.

Do relacionamento entre os povos vem a necessidade de uma “ética universal”. Segundo Apel, o momento exige uma responsabilidade solidária em escala planetária, o que ele prefere chamar de “macro-ética”³. Contudo, enquanto cresce a necessidade de uma “Macro-ética”, torna-se cada vez mais difícil sua fundamentação. Pois o paradigma da cientificidade fez com que as pretensões de validade das normas morais e juízos de valor emigrassem para a esfera da subjetividade.

Conseqüentemente as pretensões de validade da ética, implícita ou explicitamente defendida em contextos cosmovisivo-ideológicos, devem - assim parece - ser reduzidas a reações irracionais, emocionais ou a decisões arbitrárias igualmente irracionais. Racionalmente

fundamentáveis são, conseqüentemente, não as normas éticas como tais, mas apenas as descrições isentas de valoração das normas de moral cumpridas de fato e, respectivamente, as explicações causais ou estatísticas do surgimento de normas morais ou sistemas de valor, pelas assim ditas ciências sociais empíricas⁴.

No contexto da cientificação da civilização, a “tese da neutralidade” minou a possibilidade da fundamentação da ética, excluída da racionalidade científica. A ética ficou reduzida à metaética⁵. Apel conclui, provisoriamente, que “uma ética universal, isto é, intersubjetivamente válida, de responsabilidade solidária, parece, de acordo com isso, ser ao mesmo tempo necessária e impossível”⁶.

À ética compete criticar e elaborar critérios para a ação social do homem, garantindo uma sociabilidade harmônica através da preservação da dignidade humana. Nesse sentido, é fundamental analisar as conseqüências da ação dos indivíduos sobre si mesmos e seus semelhantes. Parte da idéia de que as pessoas nem sempre se dão conta das conseqüências indesejáveis de seu comportamento, que, muitas vezes, fogem do seu controle. Aos efeitos secundários positivos ou negativos, desejados ou não das ações humanas a economia chama de externalidades. Em síntese, seria o “impacto das ações de uma pessoa sobre o bem-estar de outras que não participam da ação”⁷. As externalidades negativas podem causar prejuízos às economias familiares e nacionais, ao meio ambiente, à saúde e bem-estar de indivíduos. É através desses efeitos secundários que se podem estabelecer critérios para a ética econômica, que, por sua vez, estão intimamente relacionados com a ética individual e social.

Os crescentes efeitos secundários, incrementados pela internacionalização e globalização da economia, ampliam a necessidade de considerações globais sobre os efeitos das ações humanas. Segundo a perspectiva da macroética, defendida por Apel, os efeitos secundários não atingem apenas a esfera da economia, mas os demais âmbitos da vida humana. Nesse sentido, compete à ética econômica, como ciência normativa, a análise, mensuração e previsão dos impactos das externalidades, bem como suas conseqüências sobre os valores e problemas sociais, em consonância com a ética geral. A análise

crítica deve fomentar a sensibilidade pelas questões sociais e ambientais, questões intimamente ligadas à sobrevivência humana.

É ponto comum que a modernidade, vista como consagração do potencial de esclarecimento do homem, está em *crise*⁸. O esclarecimento previa o avanço da razão, do indivíduo e do formalismo (matematização, funcionalidade, estruturalismo, mecanização, informatização). Contudo, não contava com o predomínio de uma racionalidade meramente instrumental. A racionalização totalizadora se torna totalitária, atingindo seu ápice na ideologização cientificista. A hegemonia do paradigma de ciência positivista, unitária e total, como única forma de verificação, fundamentação e justificação. A razão foi absolutizada, tanto na forma instrumental como na dialética. Conduziu à ambigüidade da teoria como meio de dominar a realidade e de aumentar o poder. Contraditoriamente, a razão gerou uma situação na qual, para não serem dominados, os homens dominam uns aos outros. Quando ocorre a primazia da “razão prática” (Kant) e da Ciência como ideologia (Habermas), compete à ética prevenir e alertar sobre os perigos causados à dignidade humana.

A Economia situa-se entre as ciências da natureza e as ciências do espírito, portanto, deve levar em conta o fator humano. A Economia deve compreender a condição humana quanto a suas necessidades materiais, psicológicas e sociais; bem como a capacidade de distanciamento ético dos agentes econômicos. A racionalidade humana traz consigo exigências de justificação e fundamentação das decisões, é aí que, como ciência, a Economia fornece elementos para composição da racionalidade. Numa economia pós-industrial, marcadamente uma economia de serviços, cabe lembrar que se deve investir na qualificação dos trabalhadores para que acompanhem as exigências da microeletrônica. Na era da informação, na qual o trabalho assume cada vez mais uma natureza intelectualizada, a ética econômica deve fomentar o intelecto humano na busca de uma atuação mais consciente e solidária⁹.

Segundo Habermas na sua *Teoria da Ação Comunicativa*, as patologias da modernidade decorrem da “colonização” do mundo da vida pelos subsistemas econômico (mercado) e político-administrativo (burocracia). Os processos de racionalização fazem com que a

razão “instrumental” e “funcional” emigrem para o mundo da vida, colonizado pelo excesso de poder dos subsistemas econômico e administrativo. Esses são mediados por formas deslingüístizadas de comunicação, que são o *poder* e o *dinheiro*. A colonização do mundo da vida constitui uma patologia da sociedade moderna. Trata-se de uma patologia social que induz a patologia individual. Habermas, ao propor a *ética do discurso*, reflete a fundamentação da ética na modernidade. Habermas utiliza o conceito de sistema para explicar as crises que decorrem da evolução da sociedade e que afetam a reprodução do mundo da vida, gerando o processo de diferenciação entre sistema e mundo da vida. O aumento da complexidade de um é condição para racionalização do outro. Esse fato é descrito como desengate progressivo entre mundo da vida e sistema, e explica as crises e patologias da sociedade contemporânea. Segundo Habermas, o mundo da vida vai-se degradando progressivamente até se tornar um subsistema como outro qualquer. Por outro lado, os mecanismos sistêmicos ficam independentes das estruturas que garantem a integração social, ganham autonomia e são veiculados por meios de comunicação deslingüístizados, como o *dinheiro* e o *poder*¹⁰.

Por outro lado, a internacionalização da economia traz consigo a questão das diferenças regionais. Com o avanço do subsistema econômico sobre a totalidade da vida social ficam afetadas as dimensões culturais, religiosas, estéticas e políticas. Ou seja, os condicionamentos econômicos do mercado globalizado interferem direta e indiretamente sobre a coesão e integração social, sobre a concepção simbólica do mundo e do comportamento. Na perspectiva da economia de mercado, quanto maior for a concorrência e mais impessoal forem as relações entre oferta e demanda, mais e melhor o mercado exerce sua função de controle e coordenação. O mercado fica otimizado à medida que os níveis de objetividade e anonimato aumentam entre os protagonistas da economia. A racionalidade e liberdade econômicas requerem um mercado com hábitos de conduta puramente econômicos, coordenados pelo poder de venda e compra dos sujeitos. Adam Smith lembra que o homem tem quase que constantes oportunidades para esperar ajuda de seus irmãos, e seria ocioso que a esperasse de sua benevolência apenas. Ele será mais bem-sucedido se puder cap-

turar seu egoísmo em seu favor e mostrar-lhes que é para proveito deles próprios fazer o que necessitam... Não é da benevolência do açougueiro, do cervejeiro ou do padeiro que esperamos nosso jantar, mas da atenção que dão aos seus próprios interesses...¹¹.

Ética e economia têm em comum o objetivo de elaborar orientações normativas e valorativas. Socialmente, normas e valores comuns orientam o comportamento dos membros da sociedade. É nesse momento que valores e normas éticas podem chocar-se com os da economia.¹² Nas economias de mercado, predominam a estratégia hedonista do consumo e, aos poucos, a cultura, a ciência, a arte e até a religião assumem uma dimensão comercial. O produtor disciplinado é um consumidor hedonista. A vida passa a girar em torno do consumo; para o consumo e pelo consumo, as pessoas dedicam sua força de trabalho e de tempo livre. O desgaste dos valores éticos tem o seu preço estampado nos fenômenos da crise moral e social de um povo. A ética econômica deve impedir o desmoronamento dos valores éticos ante a alienação do subsistema econômico¹³.

2 Ética, moral e responsabilidade social

Os efeitos secundários da economia, ou externalidades, afetam os implicados e não implicados na decisão dos agentes econômicos. Numa perspectiva ética, os efeitos secundários devem ser previstos e os terceiros implicados devem estar cientes e aptos a considerarem a ação. A democracia é uma exigência ética que, segundo Jürgen Habermas, deve obedecer aos princípios “U” e “D” que postulam:

“U”- Toda norma válida tem que preencher a condição de que as conseqüências e efeitos colaterais que previsivelmente resultem de sua observância *universal*, para a satisfação dos interesses de *todo* indivíduo possam ser aceitos sem coação por *todos* os concernidos¹⁴.

“D”- Só podem reclamar validade as normas que encontrem (ou possam encontrar) o assentimento de todos os concernidos enquanto participantes de um Discurso prático¹⁵.

Certamente haverá conflitos quanto ao alcance das decisões. A ética não dispensa o conflito, mas o transforma através da discussão pública dos interessados em torno do que seja capaz de generalização. Na argumentação, encontramos uma racionalidade que é expressão de sujeitos concretos que encontram nela uma evidência factual que pode estar relacionada e até confirmada por uma inferência lógica. Esse procedimento discursivo supera o ceticismo e o decisionismo éticos. Em síntese, a ética postula o respeito ao sujeito e à comunidade como fonte de saber e liberdade: todos são iguais para argumentar. Isso é a concretização da justiça. A justiça é condição para a ética. O melhor argumento, o que possui uma força intrinsecamente peculiar, é o que está voltado para a verdade que aponta, em última instância, para uma forma de interação isenta de toda classe de influências deformadoras. Dessa forma, a ética exige simultaneamente justiça e democracia¹⁶.

A economia como ciência deve elaborar instrumentos para tomada de decisão, levando em conta a possibilidade de estabelecer a verdade ou falsidade de juízos morais e éticos. A sociedade não pode resignar-se ao ceticismo ético, tampouco ao decisionismo ético, pois seria admitir que não existem critérios racionais para estabelecimento de acordos sobre as questões éticas, que, por sua vez, têm alcance social. As decisões não podem simplesmente ser aceitas e justificadas em função das conjunturas e condicionamentos pessoais ou sociais dos agentes econômicos. A dimensão ética da convivência econômica está na busca de consenso sobre valores e critérios a serem compartilhados pelas diferentes perspectivas dos segmentos sociais, o que é possível através da busca da justiça.

O ideal da justiça associado a uma concepção comum de vida boa deve garantir o espaço de liberdade, oportunidade e democracia na sociedade. Alguns princípios podem nortear esse ideal, entre eles: a) *o homem enquanto ser de dignidade incondicional*, e b) *o caráter institucional da liberdade humana*¹⁷.

Conseqüentemente, decisões economicamente racionais devem ser necessariamente racionais do pontos de vista moral, ético e social. As preferências e decisões dos agentes econômicos não devem apenas enquadrar-se nos critérios da lógica que rege o mundo

dos negócios. Numa perspectiva ética, os agentes são forçados a avaliarem suas decisões com critérios que vão além dos estritamente estabelecidos por critérios econômicos. Os agentes econômicos racionais devem considerar suas decisões através de preferências individuais, no entanto não podem esquivar-se de suas obrigações morais, éticas e sociais. Numa perspectiva utilitarista, uma decisão pode ser ótima e alcançar a maximização dos resultados, no entanto, se não leva em conta as obrigações sociais, não pode ser considerada racional. Pois o racional é uma função da integração humana.

Como consequência do predomínio dos sistemas econômico e político, que demanda a racionalidade instrumental como fundamento da ação humana, temos a desumanização da atividade econômica, a redução das dimensões humanas a uma esfera da razão econômica. Tal reducionismo compromete o desenvolvimento integral do ser humano bem como sua integração social. A economia como a ética não são dimensões únicas, estanques, sobrepostas na vida humana. A atividade econômica é o local onde a crítica dos valores e das normas se aproximam para dar coerência ao agir humano. A análise ética do comportamento dos agentes econômicos constitui uma exigência e deve levar em conta a dimensão humana. Partindo do pressuposto que fins éticos demandam meios éticos, de igual maneira os objetivos, as intenções, os efeitos e circunstâncias que determinam a decisão necessitam mais que a lógica econômica, pois incluem exigências éticas. Decisões que, aparentemente, são estritamente econômicas não devem ficar de fora da avaliação ética.

3 A emergência da ética empresarial

A empresa moderna tem um papel importantíssimo na sociedade. O impacto de suas decisões tem repercussões diretas e indiretas sobre a vida dos indivíduos e sociedades. Através da empresa se desenvolve uma gama de produtos, serviços e empregos que interferem na qualidade de vida dos indivíduos, sociedades e Estados. A empresa tornou-se sinônimo de desenvolvimento, arrecadação tributária e, sobretudo, fonte de empregos diretos ou indiretos. A guerra fiscal é a maior prova do poder das empresas. As empresas trazem

benefícios não só para trabalhadores e suas famílias mas também para políticos que usam a implantação de empresas como bandeiras de campanha. Promessas como a atração, manutenção e expansão de empresas constituem o sonho de trabalhadores empregados ou desempregados. O padrão de vida das classes trabalhadoras depende das empresas para as quais vendem sua força de trabalho.

Os empregos ofertados pela empresa impactam sobre o bem-estar da sociedade, no que diz respeito à satisfação de suas necessidades de bens e serviços. Por outro lado, afetará o desenvolvimento humano dos trabalhadores, se o êxito ou fracasso profissional passar pela empresa. A política salarial tem reflexos na economia local e regional e, por que não dizer, global. Como agente econômico de maior importância na modernidade, a empresa, ao perseguir eficácia e eficiência em seus processos e resultados, produzirá externalidades. A taxa de desemprego, por exemplo, é uma delas¹⁸.

A empresa em seu processo produtivo se depara com uma série de questões de âmbito interno ou externo que comprometem sua imagem perante a sociedade e seus clientes ou consumidores. Problemas do tipo fraudes em balanços, espionagem industrial, assédio e segurança no trabalho¹⁹ podem comprometer não só a imagem da empresa mas também resultar em passivos indesejáveis. As empresas podem proteger-se com sistemas de controle interno que evitariam ou preveniriam problemas. Contudo, o controle interno pode-se mostrar uma alternativa ineficaz e dispendiosa se não conta com a participação dos indivíduos envolvidos na empresa. A participação e o envolvimento das pessoas na empresa podem ser alcançados de diversas formas, entre elas a ética empresarial.

A ética empresarial “compreende princípios e padrões que orientam o comportamento no mundo dos negócios. Se um comportamento específico exigido é certo ou errado, ético ou antiético, é assunto freqüentemente determinado pelos *stakeholders*, tais como investidores, clientes, grupos de interesse, empregados, sistema jurídico vigente e a comunidade”²⁰. Embora não tenha um conceito equívoco, a ética empresarial também não tem um conceito unívoco, e pode ser dito de muitas maneiras, às vezes com o mesmo significado, às vezes com significados diferentes²¹. Daí também poder ser entendida como

ética nos negócios concebida como “estudo da forma pela qual normas morais pessoais se aplicam às atividades e aos objetivos da empresa comercial. Não se trata de um padrão moral separado, mas do estudo de como o contexto dos negócios cria seus problemas próprios e exclusivos à pessoa moral como um gerente desse sistema.” Ou como define a *European Business Ethic NetWork* (EBEN): “A ética nos negócios é uma reflexão sobre as práticas de negócios que implicam em normas e valores dos indivíduos, das empresas e da sociedade”²².

Sua metodologia consiste na aplicação de princípios éticos simples e universais, oriundos principalmente da reflexão filosófica e da experiência histórica da moral em consonância com as demais ciências, para confrontar realidades e situações particulares e complexas onde se situam os dilemas éticos. Atualmente a ética tem assumido um caráter interdisciplinar através do emprego de metodologias das diversas ciências formais e empíricas, como a Psicologia, Sociologia, História, etc ²³.

Boa parte dos autores situa o incremento da ética empresarial na década de 70, citam como fato determinante o escândalo envolvendo o presidente dos Estados Unidos R. Nixon, em 1974. O caso *Watergate* teria sido um marco emblemático da necessidade de ética nos negócios²⁴. Estão em jogo a confiança no e do mercado. A “mão invisível” não poderia ser confundida com “*inside information*” ou “*inside trading*”. Outros fatores, como as crises cíclicas do capitalismo, já levantavam questionamentos quanto ao mercado ser o mecanismo ideal para o equilíbrio geral da economia. Cai por terra o mito da empresa amoral.

Nesse contexto, as questões que envolviam empresas e empresários têm um caráter fortemente moral e ético. Diversas circunstâncias, dentre elas: a) evolução do mercado internacional e o desenvolvimento do poder estratégico das empresas; b) a globalização da competência, com o surgimento de pequenas e grandes empresas com considerável capacidade estratégica; c) o incremento e internacionalização do poder privado sobre economias e até mesmo Estados; d) a aceleração de progressos técnicos com novos processos e produtos; e) a aparição de grandes conflitos envolvendo empre-

sas, trabalhadores, comunidades e Estados. Tudo isso tem gerado problemas e interrogações que justificam e viabilizam o crescimento da ética empresarial.

Pesquisadores e empresários se põem a investigar as causas, conseqüências e meios de evitar desvios morais nas empresas. A principal motivação estaria no fato de tais problemas se constituírem escândalos envolvendo a imagem de pessoas e empresas; por outro lado, comportamentos antiéticos poderiam resultar em grandes prejuízos para companhias e sociedade em geral. Impõe-se a questão de determinar o “é ético” ou não na conduta do dirigente e da corporação. A ignorância dos aspectos éticos que envolvem a empresa pode ser danoso à economia da empresa e da sociedade. Faz-se necessária a elaboração de instrumentos de decisão gerencial que facilitem o comportamento ético. Nesse sentido, Laura Nash detecta duas visões da ética na empresa, classificando-as como a ética do interesse próprio esla-recido e a ética convencionada²⁵.

Numa perspectiva utilitarista, surge a idéia de buscar no comportamento ético aquilo que este tem de rentável²⁶, ou mesmo a idéia de que *good ethics is good business*. Contabilmente falando, a falta de ética pode ser rentável a curto prazo para alguns, contudo, a curto e longo prazo, a ética é sempre rentável para o conjunto da sociedade. Progressivamente, a sociedade vai desenvolvendo uma censura ética, daí que determinadas exigências éticas podem converter-se em vantagens comparativas para algumas empresas, como por exemplo, as que não empregam trabalho infantil ou comercializam produtos ecológicos.

Por outro lado, Gómez Pérez elenca cinco motivos que poderiam justificar a ética nos negócios:

A consciência de solidariedade (“o mal que se faz redundando sempre em prejuízo de alguém”).

A consciência de alteridade (“no faça ao outro o que não quer que te façam”).

O medo das conseqüências da má imagem para organização que poderia supor um desenvolvimento pouco honrado.

O medo das sanções legais que poderiam seguir-se a não ética.

A verificação de uma possível bancarrota por erros graves nesses aspectos²⁷

A consciência de que não bastam espíritos e instintos decentes para resistir às tentações antiéticas, a percepção que um comportamento empresarial inadequado pode trazer sérios prejuízos à empresa alavanca a necessidade de um efetivo padrão de integridade empresarial como instrumento de bem-estar para a empresa e para os que são afetados por suas operações.

Ganha espaço a idéia de que responsabilidade empresarial não combina com irresponsabilidade empresarial. Há uma consciência de que o Estado dificilmente pode assumir sozinho o ônus de suprir os problemas sociais. É precisa a participação da sociedade civil organizada, das ONGs e das empresas. Daí a responsabilidade social poder ser entendida como compromisso da empresa com o desenvolvimento, bem-estar e melhoramento da qualidade de vida dos empregados, suas famílias e comunidade em geral²⁸.

4 O código de ética da empresa

Por ter uma dimensão prática, a ética se depara com questões do tipo “o que fazer”. A ética como ciência não se reduz a um receituário ou catecismo de boas intenções ou felizes ações. Sua tarefa principal consiste em ser guardião da racionalidade, para que garanta a realização dos indivíduos socialmente, o que só é possível através do bem-estar coletivo.

A disseminação de comportamentos éticos não se faz apenas com palestras, conselhos, distribuição de literatura ou coisas do gênero. Ações como essas são necessárias, porém não abrangem todas as possibilidades éticas. Numa empresa se faz imprescindível a implantação de políticas éticas para empresa. Uma política ética que inclua e envolva todos os agentes envolvidos com a empresa. A informação compartilhada sobre o que é esperado da empresa e de cada um de

seus membros cria um sentimento de responsabilidade, de confiança, de segurança.

Dentre as principais vantagens de uma política ética está a criação de um *senso ético* na empresa. A partir do *senso ético*, as pessoas podem avaliar os critérios de sua ação, tendo em vista a responsabilidade funcional e a social. Por outro lado, ao incutir, nos seus recursos humanos, princípios e regras éticas, estão constituindo um norte para dirigentes e demais funcionários que auxiliam nas tomadas de decisões. Ao mesmo tempo, toma-se consciência dos riscos inerentes às decisões tomadas na empresa, das conseqüências ao patrimônio e à imagem da empresa. A ética, nesse sentido, constitui um excelente instrumento de gestão²⁹ (Cf. BRASIL, Presidência da República, Casa Civil, Comissão de Ética Pública. *Seminário Internacional Ética como Instrumento de I Encontro* de representantes setoriais da Comissão de Ética Pública. Brasília: ESAF, 2002.)

Dentre as medidas adotadas, inclui-se a elaboração coletiva de um conjunto de diretrizes e normas de comportamento, ou seja, um código de conduta ética. A existência de um código de ética conhecido e respeitado na empresa tem reflexos positivos na cultura organizacional, uma vez que incentiva a participação, a responsabilidade, o compromisso, a busca da qualidade, além de reduzir os conflitos internos e externos. Antonio Argandoña destaca os objetivos a serem perseguidos pela empresa com a implantação de um código:

Comprometer a alta direção no cumprimento das obrigações éticas da empresa e dar maior profissionalismo à atuação deles.

Motivar os integrantes da organização para um comportamento que beneficie a eles e à organização.

Definir os deveres de um modo concreto e precisar critérios para julgar um comportamento ético.

Contribuir na criação de uma cultura na empresa e integrar os trabalhadores na mesma.

Criar uma imagem externa e prestigiar a empresa ante a sociedade.

Evitar conflitos e proporcionar procedimentos para sua resolução...³⁰.

Princípios e valores éticos fortalecem os vínculos entre pessoas e instituições, tome-se, como exemplo, o altruísmo, a integridade, a responsabilidade, a transparência, a honestidade, a imparcialidade, a legalidade, a participação cidadã, o respeito ao direito e garantias do cidadão, a cooperação e o diálogo, em tudo contribuem para uma convivência harmônica e produtiva. Podemos destacar os principais efeitos esperados com a implantação de um código de ética, dentre eles:

- melhoria da imagem da empresa perante a sociedade;
- melhoria da imagem da empresa perante os seus próprios funcionários;
- aumento do nível de comprometimento dos funcionários;
- elevação do nível ético dos funcionários;
- prevenção de comportamentos antiéticos.

Pelos motivos expostos acima, percebemos que o estabelecimento de diretrizes e normas de conduta na empresa pode agregar valor à empresa e aos seus funcionários, além de constituir um excelente instrumento de gestão. Também no setor público podemos afirmar que o estabelecimento de um código de ética agrega valores e trazem vantagens para servidores, governo, administradores públicos e sociedade como um todo³¹. Um código de conduta pode ajudar aos profissionais quando esses estão em dúvida sobre procedimentos e decisões. Ao orientar-se pelo código, o profissional encontra respaldo para suas atitudes. Age certo de que sua decisão encontra amparo legal e tem legitimidade.

Segundo Antonio Argandoña, para garantir a qualidade e aplicabilidade do código, devemos observar os seguintes preceitos:

- Um código (sua formulação e implementação) deve ser coerente com: a missão, os objetivos, a estratégia e as políticas da empresa.
- Deve conter regras éticas claras e bem fundadas, que seja razoável, (que não tem por que ser o consenso).

Deve ser aceito por todos, sem forçar as consciências, respeitoso da liberdade e sem doutrinações, pois, definitivamente, persegue o desenvolvimento de todos como pessoa, empregados e dirigentes.

Quanto ao conteúdo, deve ser equilibrado, nem todo abrangente, nem demasiado detalhista, permitindo as exceções; contemplando mecanismos de resolução de conflitos e tendo presente que as omissões podem ser mais daninhas que as afirmações; por último, sua aplicação deve ser simples e barata³².

Com certeza o aumento do nível ético de uma sociedade ou empresa não se faz por decreto. Resulta de um processo vivenciado e bem articulado entre a reflexão moral e ética e o estabelecimento de um compromisso de um grande número de agentes.

Conclusão

Procuramos demonstrar que a ética não é uma panacéia para os problemas sociais, empresariais ou econômicos. Partimos do pressuposto de que a ética constitui um excelente instrumento de gestão que facilita os processos e relacionamentos organizacionais. Para tanto, a ética deve valer-se de seu caráter interdisciplinar e buscar a contribuição não só da Filosofia mas também das diversas ciências empíricas de forma a contribuir para a crítica da racionalidade.

A busca de uma sociabilidade que seja harmônica, cooperativa e emancipadora passa pela construção de uma racionalidade comunicativa que incorpore as exigências éticas da Modernidade (Habermas).

Uma proposta ética não deve sobrecarregar os indivíduos de conteúdos moralizantes, mas convencer os indivíduos e grupos sociais econômicos de que vale a pena perseguir a busca da realização dos homens e mulheres em sua totalidade. O desenvolvimento de uma racionalidade ética está na importância de implantar um estado de consciência coletiva que sancione eticamente profissionais e empresas que agem com má fé e os exclua da comunidade.

Ultimamente, a ética profissional e a empresarial têm constituído uma exigência da sociedade, que demanda limites à racionalidade econômica. Cada vez mais, pessoas e empresas se dão conta de que o sucesso caminha ao lado da credibilidade ante a sociedade. Compete à ética demonstrar que a sociedade só pode funcionar dentro de um nível mínimo de confiança. Profissionais e empresas precisam inspirar confiança aos seus *stakeholders*.

Enfatizamos as contribuições que um código de ética corporativo pode agregar à empresa. O fato de ter um documento que expressa os objetivos e princípios éticos fundamentais da corporação facilita a concretização dos ideais éticos da empresa. A normatização e explicitação das regras de comportamento podem melhorar a comunicação e motivação de dirigentes e demais trabalhadores. Por outro lado, facilitam o trabalho do *ombudsman*, que pode ser visto como um “defensor ético” da instituição. Já os órgãos de correição e controle interno, que também constituem instrumentos na implantação de políticas éticas na empresa, encontram no código um aliado nas suas atividades.

Nós, brasileiros, conhecemos bem o fenômeno da “lei que não pega”, daí que não basta apenas ter um dispositivo legal. Faz-se preciso administrar a ética através do estabelecimento de uma *política ética* na empresa. Política que inclui a formulação, comunicação, educação, motivação, treinamento e identificação dos pontos mais vulneráveis às falhas éticas. Muitas vezes, é preciso convencer as pessoas de que seguir as leis é ser ético. Uma *política ética* funciona como um sistema preventivo, antecipando-se aos problemas que possam ocorrer, evitando-os ou corrigindo-os quando necessário. A efetivação de uma *política ética na empresa*, longe de favorecer apenas as “aparências”, está voltada para a estabilização da responsabilidade pessoal e social. Através da *política ética*, a responsabilidade social e as práticas éticas começam a criar critérios de contratação de pessoas e empresas.

As regras articulam o sentido operacional da ética e devem favorecer a *imaginação moral*³³, entendida como a busca dinâmica e criativa de solução para os dilemas e problemas éticos.

Notas

- ¹ Mestre em Filosofia, professor da UNICAP e Auditor do Tesouro Estadual (SEFAZ-PE)
- ² "Em síntese: a superação, pelo *Homo Faber*, das anteriores barreiras instintivas, organicamente condicionadas, sua intervenção no ambiente natural por meio de ferramentas e principalmente sua mortífera ação armada contra animais e contra o próximo: isso tudo, já na idade mítica, parece ter levado ao nascimento da consciência moral, no sentido da exigência de reparação, retribuição e reconciliação. Com base na retaguarda dessa consciência mítica de normas morais resultou, depois, no 'período-eixo' (K. Jaspers) das altas culturas euro-asiáticas, a passagem para a 'ética', no sentido das grandes religiões e da filosofia" (APEL, K. O. A situação do ser humano como um problema ético. In: *Estudos de moral moderna*. Petrópolis: Vozes, 1994. p. 195).
- ³ *Ibid.*, p. 71: "O a priori da comunidade de comunicação e os fundamentos da ética: o problema de uma fundamentação racional da ética na era da ciência".
- ⁴ *Ibid.*, p. 75.
- ⁵ "Também a velha ontologia tornou-se impossível, já que não-testável pela experiência. Se uma ética é pensável na idade das ciências, ela se reduz à metaética, mera descrição teórica-científica da linguagem ética: trata-se de analisar logicamente o discurso ético, o que, aliás se faz com qualquer discurso científico" (OLIVEIRA, Manfredo A de. A ética do discurso: K. O. Apel e J. Habermas. In: *Ética e racionalidade moderna*. São Paulo: Loyola, 1993. p. 11).
- ⁶ APEL, 1994, p. 76: "O a priori da comunidade de comunicação e os fundamentos da ética: o problema de uma fundamentação racional da ética na era da ciência".
- ⁷ G. N. MANKIW, G.N. *Introdução à economia: princípios de micro e macroeconomia*. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p. 206.
- ⁸ Cf. TOURAINE, Allan. *Crítica da modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994. Manfredo A. Oliveira comenta que "todas estas transformações do capitalismo conduziram a profundas crises, provenientes de problemas não resolvidos no interior do sistema. J. Habermas distingue quatro formas de crise: 1) a crise econômica, que é a incapacidade do sistema de produção de atender a todas as necessidades de sobrevivência de todos os membros da sociedade; 2) a crise de racionalidade, que ocorre quando, no ajuste de meios e fins, o Estado pretende conciliar interesses inconciliáveis de grupos antagônicos das classes dominantes; 3) a crise de legitimação, quando o Estado é incapaz de explicar aos seus eleitores as medidas que implementa". Para J. Habermas, todas estas crises têm conduzido uma crise mais radical, que, em última instância, põe em questão o próprio sentido da civilização

que construímos; 4) a crise de motivação, que para ele, pode ter suas raízes na incapacidade de o Estado e o sistema econômico substituírem as antigas concepções de mundo radicadas nas religiões”(OLIVEIRA, Manfredo. A de. *Ética e economia*. São Paulo: Ática, 1995. p. 20).

- ⁹ Cf. HENDRSON, Hazel. A informação: a verdadeira moeda corrente no mundo não está escassa. In: *Construindo um mundo onde todos ganhem: a vida depois da guerra da economia global*. São Paulo: Cultrix, 2000. p. 217.
- ¹⁰ HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa: Complementos y estudios previos*. Madri: Cátedra, 1989b. p. 215.
- ¹¹ SMITH, *apud*. MANKIW, 1999, p. 151.
- ¹² "Ventaja epistemológica del énfasis en el proceso de elaboración de políticas económicas. En el plano epistemológico, acordar determinados requisitos del proceso de elaboración de las políticas económicas, como exigencia ética, en una sociedad pluralista nos permite encaminarnos hacia consensos fundamentales en ese campo, obviando las posibles desavenencias que surgen, sin duda, al enfatizar acuerdos sustantivos en cuanto a modos probablemente distintos de entender los ideales de vida. Sin duda que Alas formas de vida buena, los ideales de hombre, la especificación de las virtudes o el contenido de las normas dependen de los distintos contextos, de modo que la "sustancia moral varía diacrónica y sincrónicamente". Difícil, por lo mismo, establecer un juicio ético sobre resultados aceptables por todas esas diversas perspectivas. En cambio, sin necesidad de recurrir al establecimiento de un acuerdo sobre fines últimos, a nivel de metafísica y teleología, puede abrirse la posibilidad de valorar éticamente el proceso seguido en la medida que se observa un procedimiento racional formal que garantice la mejor participación de todas las personas y grupos afectados por las decisiones que se quiere tomar. Este procedimiento respeta la coincidencia en fines y aspiraciones empíricamente accesibles, alcanzadas desde principios y normas morales probablemente diversas. Igualmente trasciende las praxis particulares concretas y etnocentristas, facilitando el logro de consensos normativos universales. En su realización "con tal de que sea un diálogo reglado estrictamente en su propósito de alcanzar consenso" conlleva la calidad ética del respeto a la dignidad personal de cada uno de los participantes y a su manera de percibir los efectos sobre sí mismos de las políticas económicas que se quiere establecer" (Jorge Arturo CHAVES, *Enfoque y seguimiento éticos de las políticas económicas*. <http://www.iadb.org/etica/encuent/enc-wdc/docs/dc_cha_enfoq.htm> aceso em 15/07/2002.
- ¹³ "As questões econômicas podem ser de extrema importância para as questões éticas, inclusive a indagação socrática "Como devemos viver?". Com efeito, excluindo o papel direto da economia na melhor compreensão da natureza de algumas questões ética, existe também o aspecto metodológico de que alguns dos *insights* empregados na economia ao lidar com proble-

- mas de interdependência podem ter uma importância substancial quando tratamos de problemas éticos complexos, mesmo não havendo variáveis econômicas envolvidas [...] a ética pode ganhar com raciocínios do tipo comumente usado em economia”(SEM, Amartya. *Sobre ética e economia*. São Paulo: Cia. Das Letras, 1999. p. 25.
- ¹⁴ HABERMAS, J. *Consciência moral e agir comunicativo*. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro: 1989a. p. 147.
- ¹⁵ *Ibid.*, p. 116.
- ¹⁶ "Os direitos garantidos pela justiça não são sujeitos à negociação política e nem aos cálculos em nome dos interesses sociais; a verdade e a justiça, virtudes primeiras do comportamento humano, não podem sofrer nenhuma forma de compromisso” (RAWLS, *apud*. PEGORARO, Olinto A. *Ética é justiça*. Petrópolis: Vozes, 1995.p. 99.
- ¹⁷ OLIVEIRA, 1995, p. 67.
- ¹⁸ MANKIW, 1999, p. 571.
- ¹⁹ Uma lista interessante pode ser encontrada em SROUR, Robert Henry. temas da ética empresarial. In: *Ética empresarial: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais*. 2. tiragem. Rio de Janeiro: Campus, 2000. p. 249. Confira também NASH, Laura L. Dilemas éticos comuns In: *Ética nas empresas: guia prático para soluções de problemas éticos nas empresas*. São Paulo: Makron Books, 2001. p. 9.
- ²⁰ FERRELL, O. C. ; FRAEDRICH, J. ; FERRELL, Linda. *Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisão e casos*. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Ed., 2001.p. 7.
- ²¹ GUILLÉN, Manuel. *La ética empresarial: una aproximación al fenómeno. Cuadernos Empresa y Humanismo*. n.58, Disponível em <<http://www.unav.es/empresayhumanismo/03public/cuadernos/58o.pdf>> acesso em 30/07/2002. p. 5s.
- ²² *Apud*. GUILLÉN, 2002, p. 9.
- ²³ Cf. QUINTANILLA, Miguel A. *Diccionario de filosofia contemporânea*. Salamanca: Sígueme, 1976.p. 145.
- ²⁴ Cf. GUILLÉN, 2002, p. 11s.
- ²⁵ Cf. NASH, 2001.
- ²⁶ Cf. FONTRODONA, Joan. *El utilitarismo en la ética empresarial. Cuadernos Empresa y Humanismo*. n. 12, Disponível em <<http://www.unav.es/empresayhumanismo/03public/cuadernos/12o.pdf>> acesso em 30/07/2002.
- ²⁷ GUILLÉN, 2002, p.14.
- ²⁸ Cf. ASHLEY, Patrícia A. (Coord.) *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- ²⁹ Cf. BRASIL, Presidência da República, Casa Civil, Comissão de Ética Pública. *Seminário Internacional Ética como Instrumento de Gestão*. I Encontro de representantes setoriais da Comissão de Ética Pública. Brasília: ESAF, 2002.

- ³⁰ ARGANDOÑA, *apud*, GUILLÉN, 2002, p. 28.
- ³¹ Cf. NOLAN, Lord. *Normas de conduta pra a vida pública*: primeiro relatório da comissão sobre normas de conduta para a vida pública da câmara dos comuns do Reino Unido. Brasília: ENAP, 1997.
- ³² ARGANDOÑA, *apud*. GUILLÉN, 2002, p. 29s.
- ³³ "O papel que joga a direção no desenho e incorporação da ética nas organizações é decisivo, porém não basta que esta conheça os princípios de conduta individual aplicáveis. Atuar como empresário em um ambiente corrupto, onde o suborno é uma forma de trabalho, constitui uma constante chamada à reflexão para que deseja conduzir-se corretamente. Como disse De George: '*Operar num entorno desse tipo requer **imaginação moral**. Resulta impossível estabelecer normas concretas. A técnica da resistência pacífica utilizada por Gandhi é um bom exemplo de imaginação moral. Evidentemente, esta técnica não é a mais adequada ao mundo dos negócios; porém a imaginação moral ajuda muito na hora de resolver o problema de como atuar eticamente onde estamos*' (GUILLÉN, 2002, p. 31, grifo nosso).

Referências

APEL, K-O. *Estudos de moral moderna*. Petrópolis: Vozes, 1994.

ASHLEY, P. A. (Coord.) *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2002.

BRASIL, Presidência da República, Casa Civil, Comissão de Ética Pública. *Seminário Internacional Ética como Instrumento de Gestão*. I Encontro de representantes setoriais da Comissão de Ética Pública. Brasília: ESAF, 2002.

CHAVES, Jorge Arturo. *Enfoque y seguimiento éticos de las políticas económicas*. <http://www.iadb.org/etica/encuent/enc-wdc/docs/dc_cha_enfoq.htm> aceso em 15/07/2002.

FERRELL, O.C.; FRAEDRICH, J.; FERRELL, Linda. *Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisão e casos*. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Ed., 2001.

FONTRODONA, Joan. El utilitarismo en la ética empresarial. *Cuadernos Empresa y Humanismo*. n. 12, Disponível em <<http://>

www.unav.es/empresayhumanismo/03public/cuadernos/12o.pdf>
acesso em 30/07/2002.

GUILLÉN, Manuel. La ética empresarial: una aproximación al fenómeno. *Cuadernos Empresa y Humanismo*. n.58, Disponível em <<http://www.unav.es/empresayhumanismo/03public/cuadernos/58o.pdf>> acesso em 30/07/2002.

HABERMAS, J. *Consciência moral e agir comunicativo*. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro: 1989a.

_____. *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madri: Cátedra, 1989b.

_____. *Teoría de la acción comunicativa: racionalidad de la acción y racionalización social*. Madri: Taurus, 1988.

HENDERSON, Hazel. *Construindo um mundo onde todos ganhem: a vida depois da guerra da economia global*. São Paulo: Cultrix, 2000.

MANKIW, G. N. *Introdução à economia: princípios de micro e macroeconomia*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

NASH, Laura L. *Ética nas empresas: guia prático para soluções de problemas éticos nas empresas*. São Paulo: Makron Books, 2001.

NOLAN, Lord. *Normas de conduta para a vida pública: primeiro relatório da comissão sobre normas de conduta para a vida pública da câmara dos comuns do Reino Unido*. Brasília: ENAP, 1997. (Cadernos ENAP, n. 21).

OLIVEIRA, Manfredo A. de. *Ética e economia*. São Paulo: Ática, 1995.

_____. *Ética e racionalidade moderna*. São Paulo: Loyola, 1993.

PEGORARO, O. A. *Ética é justiça*. Petrópolis: Vozes, 1995.

QUINTANILLA, Miguel A. *Diccionario de filosofía contemporánea*. Salamanca: Sígueme, 1976.

SEM, Amartya. *Sobre ética e economia*. São Paulo: Cia. Das Letras, 1999.

SROUR, R. H. *Ética empresarial: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais*. 2. tiragem. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

TOURAINÉ, Allan. *Crítica da modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994.

Endereço do Autor:

Rua Leon Helmer, 79/902

Boa Viagem – Recife - PE

CEP 51030-370

E-mail: sdias@hotlink.com.br

Normas para publicação

Introdução

1. A Revista ÁGORA FILOSÓFICA publica artigos de pesquisa e reflexão acadêmicas, estudos analíticos e resenhas nas áreas de filosofia e afins, dedicando parte central do espaço de cada edição a um tema principal.
2. Os temas podem ser desenvolvidos através dos seguintes tipos de artigos: Ensaios (12 a 20 laudas); Comunicações (08 a 15 laudas); Resenhas (2 a 4 laudas). Cada lauda compreende espaçamento duplo entre linhas, letra Times New Roman, tamanho 12.
3. Na análise para aceitação de um artigo, serão observados os seguintes critérios:
 - ✓ adequação aos objetivos da revista;
 - ✓ qualidade científica atestada pela Comissão Editorial e pelo Conselho Científico, através de um processo anônimo de avaliação;
 - ✓ cumprimento das presentes normas para publicação.
4. Os artigos podem sofrer alterações editoriais não substanciais, tais como correções gramaticais, adequações estilísticas e editoriais.
5. Não há remuneração pelos artigos enviados e publicados. O autor de cada artigo recebe gratuitamente 05 (cinco) exemplares da revista.
6. Os artigos devem ser encaminhados ao Conselho Editorial da Revista Ágora Filosófica, contendo, em folha à parte, informações sobre o autor, como titulação acadêmica, unidade e instituição em que atua, endereço para correspondência, telefone, fax e e-mail.

Os artigos podem ser enviados para o e-mail: agorafil@unicap.br ou por correio postal. Nesse caso, remeter uma cópia impressa e outra em disquete, para o Departamento de Filosofia A/C Conselho Editorial da Revista *Ágora Filosófica* no endereço: R. do Príncipe, 526, Boa Vista, cep: 50.050-900; tel.: (81) 3216-4171.

Apresentação de originais

7. Elementos do artigo (em folhas separadas):

a) IDENTIFICAÇÃO

- ✓ Título (e subtítulo se for o caso) indicando claramente o conteúdo do texto;
- ✓ nome do Autor, titulação, área acadêmica em que atua, instituição de origem, e-mail e endereço postal para correspondência;

b) RESUMO E PALAVRAS-CHAVE

- ✓ Resumo indicativo e informativo, em português, intitulado RESUMO, e em inglês, intitulado ABSTRACT, com no máximo 150 palavras cada um. A presença do Abstract é importante, mas não é essencial para a avaliação do artigo.
- ✓ Para fins de indexação, o autor deve indicar 3 a 6 palavras-chave do artigo, em português e em inglês.

c) TEXTO

- ✓ Os originais devem ser encaminhados em processador de texto Word, espaço 2, Times New Roman 12, papel branco e digitado apenas frente.

d) DOCUMENTAÇÃO

- ✓ As alusões a autores deverão ser feitas através do último sobrenome seguido do ano de publicação do trabalho (exemplo: Bosi, 1993). No caso de citação textual, colocá-la entre aspas e destacar, ao final da citação, entre parênteses, o nome do autor, o ano da obra e o número da página (exemplo: Bosi, 1993:120)

- ✓ As referências bibliográficas de que trata o item acima deverão ser colocadas ao fim do artigo seguindo as normas da ABNT.

Disposições finais

8. Os artigos devem ser escritos em português, podendo, contudo, a critério da Comissão Editorial, serem aceitos trabalhos escritos em outros idiomas.
9. O Conselho Editorial, juntamente com o Conselho Científico, se reserva ao direito de vetar artigos recebidos que não estejam de acordo com as disposições acima descritas. Os autores serão comunicados da aceitação ou não aceitação de seus artigos.