

ÉTICA NA ADMINISTRAÇÃO: REFLEXÃO E ABRANGÊNCIA

Paulo Cezar Porto

ORIENTADOR: Prof. Ms. Marcos S. Gera

RESUMO

Desenvolvemos neste artigo uma reflexão sobre a Ética na Administração de Empresas dentro do atual sistema de mundialização. Ao colocarmos a Ética como estudo, fazemos uma pequena abordagem filosófica para seu entendimento. Retratamos a formação da Ética na empresa levando em conta as pessoas como elemento principal das organizações. Buscamos evidenciar que a valorização dessas pessoas traz lucro para a empresa, melhora sua imagem perante o público e ajuda na formação de uma sociedade melhor. Portanto, a Ética abrange os ambientes interno e externo da empresa. Demonstramos que a elaboração de um Código de Ética de forma participativa cria um clima de excelência dentro da empresa. Acreditamos que a Ética traz sustentabilidade na vida das organizações.

Palavras-chave: administração; ética; ética na administração; códigos de ética.

ABSTRACT

We have developed in this paper a reflexion on Ethics in Business according to the current system of mundialization. Placing ethics as a study, we made a small philosophical boarding for its understanding. We portray the formation of ethics in company considering people as the main element of the organizations. We have sought to show that people valuation brings profit to the company,

improves its image and helps in the formation of a better society. Therefore, the ethics enclose environments internal and external of company. We demonstrate that the elaboration of a Code of Ethics in a way where people takes part, create a climate felling of excellence inside the company. We believe that ethics bring sustentability in organizations life.

Key-words: business; ethics; business ethics; code of ethics.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos cresceu muito o interesse pela ética na sociedade e nas empresas. Surgiram organizações ou institutos com preocupações pelo comportamento ético, muitos livros foram escritos sobre ética empresarial e, ultimamente, sobre ética e responsabilidade social. Também nos cursos de preparação profissional, especialmente nas áreas de administração, foram incluídas disciplinas como Filosofia ou pelo menos Ética. Nos Estados Unidos o interesse pelo assunto, após estar por mais de trinta anos em evidência, não está diminuindo, reafirmando-se, desta forma, o fato de que não se trata de modismo, mas, realmente, de um tema de interesse generalizado e que veio para ficar.

A bibliografia sobre o assunto, na maioria das vezes, tende a apresentá-la apenas pelo aspecto normativo ou através de textos complexos demais para pessoas não iniciadas na filosofia, deixando de lado seu verdadeiro significado, que consiste em uma forma de ser no mundo que deve valorizar a *pessoa humana*.

A ética é tão importante quanto o conhecimento técnico.

Segundo apontam pesquisas realizadas pela Fundação Fides em 1993 e também em 1999, a noção de ética na atividade empresarial está quase totalmente presa à ética do cumprimento de leis. Até parece que para a maioria dos empresários ser ético significa apenas cumprir a lei. Não é só isso. Também deve-se refletir sobre a forma de ser no mundo e voltar-se para as

grandes virtudes como justiça, liberdade, responsabilidade, solidariedade, entre outras.

A honestidade é considerada por muita gente como uma virtude. Mas ela deveria ser uma obrigação. Não deveríamos ver nenhum mérito adicional na pessoa por “ser honesta”.

Todo dia a sociedade surpreende-se com fatos e acontecimentos eticamente incorretos que ocorrem, principalmente no setor público. Isso leva cada vez mais para o descrédito da população em relação aos aparelhos do Estado. Podemos notar que a maioria dos corruptos são governantes de países pobres. Isso é um agravante, pois os roubados são justamente os mais necessitados.

Felizmente, a nossa sociedade já está ficando mais atenta e até cobrando o fim de impunidades. Há bastante gente honesta tanto no setor público como no privado. Precisamos mudar nosso posicionamento e perguntarmos o que estamos fazendo para mudar este estado das coisas. O bem e o mal são coisas que sempre existiram e sempre existirão. Cabe a cada um de nós fazer alguma coisa.

Este artigo dá-nos a possibilidade de refletir sobre essas questões e muito mais, principalmente contribuir para a discussão do tema para que todos vejam que acima dos sistemas econômicos está a *pessoa humana*.

Ao iniciarmos o trabalho, fizemos uma pequena abordagem do que consideramos importante para o entendimento dos conceitos básicos do que é Ética e Moral. Em seguida, colocamos a relação entre Empresa, Valores e Pessoa. A empresa é formada por seres humanos e, portanto, sua principal função deveria ser o “social”. E, assim, expomos uma conceituação de empresa ética, que é aquela que busca ser honesta, justa e democrática por uma questão de princípios e não por conveniência, ou seja, porque isso lhe trará boa imagem perante o público. E assim, demonstramos que quando a empresa define o que quer, em termos de Ética, ela sente a necessidade de definir condutas e, para isso, elabora um “Código de Ética” por escrito. Abordamos o assunto de uma forma clara e objetiva, mostrando que não basta

ter um belo Código de Ética, é preciso colocá-lo em prática e mantê-lo funcionando.

Para tais objetivos, utilizamos o método dedutivo e a técnica da pesquisa bibliográfica.

Para finalizar, lembramos que este trabalho é um incentivo para a reflexão de que a Ética nas organizações é um caminho para sua sustentabilidade, sucesso e para construção de uma sociedade mais próspera e mais justa.

1 CONCEITUAÇÕES E PRINCIPAIS DOCTRINAS ÉTICAS

1.1 CONCEITOS

“Ética é a disciplina ou campo do conhecimento que trata da definição e avaliação do comportamento de pessoas e organizações. É a aprovação ou reprovação do comportamento observado em relação ao comportamento ideal. O comportamento ideal é definido por meio de um código de conduta, ou código de ética, implícito ou explícito.

Códigos de ética fazem parte do sistema de valores que orientam o comportamento de pessoas, grupos e organizações e seus administradores. A noção de ética, e as decisões pessoais e organizacionais que são tomadas, refletem os valores vigentes na sociedade. Portanto, a ética estabelece a conduta apropriada e as formas de promovê-la, segundo as concepções vigentes na sociedade como um todo ou em grupos sociais específicos” (MAXIMIANO, 2000, p.428).

1.1.1 Ética e moral

Na linguagem comum, costumamos usar os conceitos de *ética* e *moral*, como se fossem sinônimos. Não é grave que continuemos a denominá-los indistintamente, apesar de existir uma diferença entre eles.

A *moral* é o conjunto de regras de conduta assumidas pelos indivíduos de um grupo social com a finalidade de organizar as relações interpessoais segundo os valores do **bem** e do **mal**.

A *ética*, ou filosofia moral, é mais abstrata, constituindo a parte da filosofia que se ocupa com a reflexão sobre as noções e princípios que fundamentam a vida moral. Por exemplo, são questões éticas indagar a respeito do que é o bem e o mal, o que são valores, qual a natureza do dever, qual a finalidade da ação moral, e assim por diante.

De acordo com Maximiliano (2000, p. 431), “os valores formam a base dos códigos de ética. Esses valores, que permitem classificar o comportamento dentro de qualquer escala de desenvolvimento moral, foram e continuam sendo propostos por filósofos e diversos tipos de líderes. Essas pessoas manifestam opiniões a respeito de como a sociedade deveria ser, e o fazem de maneira a influenciar as convicções alheias. Religiões, ideologias, crenças e doutrinas políticas e econômicas nasceram dessa forma. Outras normas de conduta nascem dos usos e costumes, do processo social de julgar comportamentos e considera-los certos ou errados e distinguir o vício da virtude pelos sentimentos de reprovação ou aprovação que inspiram”.

Os códigos de conduta evoluem e, portanto, há alguns mais evoluídos e outros mais atrasados dentro do conceito da ética.

“Conceitos como civilização, virtude coletiva, igualdade, respeito às pessoas e direitos humanos estão intimamente ligados à mudança evolutiva dos costumes. O processo de administrar as organizações é influenciado por essa evolução. Idéias como segurança do usuário, proteção ao ambiente, proteção da mulher e do menor, e direitos iguais no local de trabalho, são relativamente recentes. Certamente a evolução dos costumes criará novos valores, com os quais os administradores do futuro deverão conviver” (MAXIMIANO, 2000, p. 433).

2 PESSOA, VALORES E EMPRESA

2.1 FORMAÇÃO ÉTICA NA EMPRESA

2.1.1 A empresa e o ser humano

Conforme Camargo (2006, p. 13), “a empresa é uma criação do ser humano e, como tal, ela revela o que este é, principalmente seu aspecto social”.

Embora existam diferentes conceituações sobre empresa, e com toda a diversidade de enfoques, ela é constituída por um grupo de pessoas. E aos membros desse grupo podemos chamar de “ser social”.

Apesar de toda sua grandiosidade, esse ser possui uma insuficiência ontológica na sua constituição: é fraco e impotente perante diversas situações. Daí a necessidade dele viver em grupo. Acrescenta-se que a pessoa possui um grande desejo de cada vez ser mais, crescer e desenvolver-se, as empresas se inserem neste contexto como uma forma para impulsionar esse anseio do homem para se superar.

Cada pessoa que forma a empresa também faz parte de um lar e traz consigo os sucessos e fracassos do mesmo. Tratar alguém como se esse alguém não fosse esposo ou esposa, pai ou mãe, filho ou filha, é reduzir a pessoa a uma mera peça de engrenagem de produção. Seria voltar à época de Taylor onde o operário não possuía capacidade, não possuía formação e nem meios para analisar cientificamente seu trabalho e estabelecer racionalmente qual o método ou processo mais eficiente de realizar suas funções.

O ser é dotado de uma inteligência que o torna capaz de entender o que as coisas são e como elas se inter-relacionam. Percebem aspectos de uma maneira própria e sentem necessidade de comunicar aos outros e de partilhar suas descobertas. Daí a linguagem ente as pessoas.

[...] Vivem juntos em grupos e vivem uns para os outros. Ninguém existe sozinho, mesmo que queira. A simples presença de alguém junto a outrem já provoca alteração em ambos, mesmo que não se falem ou se façam algo. Na empresa, a coexistência coloca lado a lado pessoas que nunca se conheceram, mas que começam a tecer

uma rede de relacionamentos pela qual vão marcando o outro pelo seu ser [...] (CAMARGO, 2006, p. 19).

O ser social da empresa deve se posicionar de uma maneira reflexiva e construtiva, incentivando todo o grupo a criar mecanismos para que a pessoa não seja tratada como simples máquina ou número. O trabalho na empresa deve ser fator de realização pessoal. Esta tarefa é de todos, dirigentes ou trabalhadores.

E assim, é proposto re-elaborar a visão ética empresarial como valorização da pessoa. Para que isso ocorra, deve-se construir a ética pessoal tanto dos dirigentes como dos demais trabalhadores. Isto requer uma formação constante da consciência da pessoa. Enfim, o ser social deve ter um significado profundo a partir da inserção de cada pessoa no grupo empresarial.

2.1.2 Valores organizacionais

Todas as organizações possuem uma *filosofia* no sentido lato da palavra, que significa ter uma concepção a seguir ou uma orientação que lhes dá a direção. Ela define a missão da organização, seus objetivos, sua forma de gestão, os papéis a serem desempenhados, prescreve as normas a serem seguidas e os comportamentos admitidos ou não, dentre outros. Em síntese, é essa concepção que define o funcionamento de uma organização consciente ou inconscientemente.

Tal concepção, ou filosofia, é constituída pelo ser humano, que tende a procurar sentido para sua ação. Entretanto, ele não faz isso na interioridade do seu ser individual e sim baseado em sua cultura. As idéias e os valores que um empresário coloca em sua ação fazem parte de uma construção histórico-social onde interagiu com outras pessoas na sua vida familiar, educacional, profissional, religiosa, etc. Naturalmente, esse quadro também se compõe pelo momento histórico do momento e suas condições econômicas, políticas e sociais.

Como as organizações em geral são microestruturas sociais, participam da sociedade, também criam valores, escolhem caminhos, optam por uma forma de ser e de agir consciente ou inconscientemente. Essas

escolhas são de muita importância, pois os valores orientam a vida organizacional como princípios e crenças que dão uma orientação para as ações empresariais e também ao comportamento das pessoas que as constituem.

Assim, os empregados precisam apropriar-se dos valores de sua empresa, a fim de manter uma coerência ética que os faça parte do todo sem perder sua identidade pessoal.

Manter-se ser social não é uma missão fácil, ainda mais que maioria das empresas deseja que seus membros se unam totalmente a elas e assim não haja diferença entre o que desejam e pensam sobre valores. "Uma das funções dos valores organizacionais compartilhados entre os membros da empresa é criar neles modelos mentais semelhantes relativos ao funcionamento e missão da organização" (TAMAYO e GODIN, apud PASSOS, 2004, p. 53).

Não restam dúvidas de que as empresas na maioria das vezes conseguem esse intento, que contemplam desde os de ordem moral positiva, até aqueles escusos, autoritários e ameaçadores. Quando a empresa segue um caminho ético de respeito à dignidade da pessoa, assumir seus valores é o caminho mais coerente e facilitador, pois o trabalho cumprirá sua verdadeira missão de levar o ser humano a concretizar seus ideais e os objetivos de produção, com isso contribuindo para uma nova ordem social.

No entanto, podemos ter uma aderência positiva ou impositiva e até mesmo resistência a esses valores. Isso pode ser notado através de posturas de rebeldia, desinteresse pelo trabalho, baixa produtividade, doenças psicossomáticas, dentre outras. Assim, a reação dos empregados pode ser um elemento indicador do tipo de valor que orienta a empresa.

2.2 A EMPRESA ÉTICA

A sociedade em geral hoje ficou melhor do que algumas décadas atrás. As coisas ficaram mais fáceis, há mais conforto, remédios aumentam a longevidade, enfim contamos com vários benefícios. Mas essa situação nos

leva a um consumismo exagerado, faz-nos aceitar pacificamente condições desumanas de vida, como a pobreza, falta de saneamento, governos corruptos, depredação da natureza etc. Convivemos com tudo isso e aceitamos como se fosse absolutamente normal. Depredamos a natureza de forma que hoje já sabemos o tamanho da resposta que ela nos prepara para o futuro. A produção não é para o essencial da vida, mas orientada ao econômico. Em relação à pobreza, agirmos de forma caritativa em vez de criarmos trabalho para crescimento e dignidade humana. Como disse Frei Beto “a pobreza é uma violação dos direitos humanos e deveria mobilizar todos nós que não somos vítimas dela”.

Portanto, a modernidade e a tecnologia não são usadas para o bem da vida humana e, sim, para o crescimento econômico e para o status de quem pode.

Procurar culpados pelo desencadeamento da economia nesse sentido não vai resolver problema algum, mas as empresas, com seus recursos e poder, bem que poderiam tentar reverter esse caminho. Principalmente se pensarmos que quanto mais poder aquisitivo tiver a população, mais ela consome, beneficiando os fabricantes. Isso porque a vida humana deve ser vivida de forma digna e os bens materiais deveriam ser colocados a serviço dela, assim como os meios tecnológicos e intelectuais.

Sendo assim, a empresa que quer ser verdadeiramente ética deverá romper essa barreira e contribuir para o crescimento do ser humano, em seus aspectos material, emocional e espiritual.

As organizações éticas buscam ser honestas, justas e verdadeiras e democráticas, por uma questão de princípios e não de conveniências (muito embora esse tipo de agir lhes traga também sucesso e reconhecimento).

Uma empresa verdadeiramente ética é admirada pelo ser humano (funcionário, cliente, fornecedor, investidor, etc.). As pessoas querem continuar vinculadas a elas e, assim, retém valores, consegue lealdade e continuará a crescer sempre.

Numa empresa ética as pessoas têm direito de falar, expor idéias, defender princípios e aceitar argumentos mais convincentes,

independentemente de posições hierárquicas. No plano externo, deverá assumir sua responsabilidade social, conduzindo e favorecendo ações em que os seres humanos possam participar da sociedade de maneira firme, criadora e responsável.

Agindo desta forma, empregados também assumirão uma ética *individual* e participarão de forma ativa na responsabilidade social de sua comunidade.

2.3 ÉTICA GERENCIAL

Nas organizações existem indivíduos que ocupam posição em que a todo momento estão sendo chamados para tomada de decisões. A essas pessoas não basta que tenham competência técnica, pois espera-se deles que saibam pensar, terem criatividade e fazerem as coisas certas.

A essas pessoas poderemos chamar de gerente ou administrador. Precisam estar preparados para conduzir a empresa, deterem o maior número de informações, saber ordená-las e convertê-las em conhecimento. E o conhecimento torna-se uma “ferramenta” para a tomada de decisões.

A importância do conhecimento está vinculada ao progresso da empresa. No entanto, esse progresso precisa estar garantido por padrões éticos, uma vez que eles estão se tornando parte da política e da cultura empresarial, a fim de sustentarem o sucesso da organização.

Quando levamos em conta que a ética é executada por uma ação pessoal (procedimentos não estão escritos em lei), podemos afirmar que os padrões de ética gerencial são baseados no comportamento moral do gerente, dentro daquilo que ele acha certo e errado. Portanto, as decisões tomadas por essas pessoas terão impactos significativos em seus comandados.

No entanto, não podemos atribuir o nível de ética de uma empresa, como um todo, a uma só pessoa. As práticas comerciais refletem valores e padrões de comportamento cultural de uma organização e aí a ética é mais

organizacional do que pessoal. Como dissemos anteriormente, a ética é parte integrante da cultura da empresa.

Os princípios éticos de um gerente normalmente estão ligados aos seus antecedentes familiares e espirituais. Os gerentes, como as outras pessoas, também passam por um processo de desenvolvimento moral durante a vida. As crianças têm baixo nível e seu comportamento é voltado para obter recompensas, enquanto que num segundo estágio, intermediário, o comportamento é baseado na sociedade em geral. É aí que se encontra a maioria das pessoas e dos gerentes também. Num nível mais elevados estão as pessoas que escolhem um padrão especial de princípios éticos que se torna mais importante para si mesmas do que as expectativas externas.

Assim como as pessoas, as empresas também vivem, por opção de seus controladores, em um dos três estágios de desenvolvimento moral citado por Maximiano (2000, p. 437): “Pré-convencional, Convencional e Pós-convencional”.

Conforme o autor, no estágio pré-convencional de desenvolvimento moral as pessoas agem de forma individualistas e sem regras. Não há qualquer preocupação com a questão da responsabilidade das organizações ou indivíduos em relação à sociedade. É cada um por si e o mais importante é levar vantagem em tudo.

No estágio convencional, a ética também é individualista, mas as empresas (e as pessoas) agem dentro da lei, ou seja, se há uma lei, ela será cumprida e se não houver as pessoas agiriam conforme o pré-convencional. Assim, existem empresas que adotam determinadas posturas apenas para conseguir atingir certos nichos de mercado. Dança conforme a música na esperança de se dar bem.

Agora, no estágio pós-convencional o comportamento atingiu um nível mais alto. A conduta das pessoas na empresa está fundamentada em princípios morais que reconhecem os direitos alheios e agem assim por convicção e não por medo de punição ou de perda de mercado.

O estudo da ética é tão importante quanto o estudo técnico e deve ter a finalidade de levar a pessoa a *pensar* tomando por base o respeito ao ser humano e à verdade.

2.4 VALORES PARA SEREM CULTIVADOS NA EMPRESA

O mercado, na maioria das vezes, é acionado por interesses individualistas. Com isso, para que se construa a ética, é necessário que as relações sejam baseadas com reflexão sobre valores como justiça, honestidade, liberdade, responsabilidade, respeito, veracidade, confiança, disciplina, solidariedade e espiritualidade. Isso com envolvimento tanto da empresa quanto dos empregados.

A pessoa não se torna ética dentro da empresa, ela traz consigo uma bagagem de valores ou princípios e o seu comportamento é que favorecerá a criação de um ambiente ético. Assim, os valores não são impostos por leis ou códigos, mas através da reflexão e discussão, principalmente em momentos de conflitos dentro da organização.

Há a necessidade de uma nova abordagem da visão ética na empresa e, neste mundo cheio de notícias de corrupção, fraudes, exploração, etc., a pessoa deverá ser coerente, justa e tratar os outros pelo menos como desejaria ser tratada.

A base da ética deve estar na reflexão do comportamento do ser humano independentemente de quem ele é ou onde está. A pessoa deve se valorizar e ao mesmo tempo valorizar as demais. É dessa rede que se cria a força ética na empresa.

O certo e o errado em ética não é algo para sempre. Deve-se sempre ter reflexão, vigilância e discussão dos assuntos para que haja o crescimento da formação ética.

O lucro, o emprego e os negócios são para o homem e deve acrescentar-lhe dignidade, respeito e consideração.

3 CÓDIGOS DE ÉTICA

Conforme dissemos anteriormente, a empresa para ter sucesso precisa agir de forma ética. Para isso, não basta somente o exemplo dos dirigentes. Os funcionários também devem agir assim. E isto se consegue mantendo sempre o assunto em pauta para discussão.

A empresa deverá ter como objetivo a realização de lucros. Para conseguir isso, ela deverá vender seus produtos (bens ou serviços). No entanto, somente o lucro não basta para a realização do papel da empresa. É necessário acrescentar “valores” às atividades econômicas, como respeito ao ser humano e ao meio ambiente.

Ao acrescentar respeito ao ser humano e ao meio ambiente às suas atividades, ela estará melhorando em muito suas relações, tanto internas como externas, pois isso afeta diretamente outros ambientes, como o lar dos funcionários e clientes, fornecedores, etc. Naturalmente, deixar de lado os fatores humano e meio ambiente fará com que o relacionamento dela com seu ambiente seja do tipo “selvagem” e a única coisa que prevaleceria seria o lucro não importando a forma de consegui-lo.

Ao assumir a responsabilidade social, a empresa se fortalecerá, pois junto a ela virá a inclusão sócio-cultural de seus funcionários. Com o crescimento, ela necessitará de funcionários mais bem treinados e com um saber mais específico. Assim serão ministrados cursos que alargarão o horizonte de conhecimentos das pessoas. E pessoas mais cultas atuam com mais educação no trato com os semelhantes. Devem sempre ser orientadas para o respeito que deve ser estabelecido nos relacionamentos.

Assim, cada vez mais ela deve agir de forma ética. Uma vez definida a base de princípios e valores esperados dos funcionários, muitas empresas sentem a necessidade de definir algumas condutas e para isso se motivam a elaborar um “Código de Ética”. Estabelecem por escrito como devem ser os procedimentos, escolhem-se os temas, as políticas e práticas específicas e

criam-se regras de como agir quando elas ocorrerem no cotidiano, inclusive determinando formas de comportamento e responsabilidades.

“Códigos de ética são conjunto de normas de conduta que procuram oferecer diretrizes para decisões e estabelecer diferença entre certo e errado” (MAXIMIANO, 2000, p. 445).

3.1 CRIAÇÃO E ADOÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA

Um código de Ética bem elaborado pode constituir em uma ferramenta poderosa para guiar o comportamento individual nas empresas. A decisão de fazer com que a empresa o adote e siga deve ser tomada pelo seu mais alto nível de direção.

Conforme Arruda (2002, p. 4) “[...] as organizações gozam de muitas vantagens, como conseqüência de um maior compromisso ético dos empregados entre si e em relação à empresa. Sob esse prisma, a proliferação de códigos de ética constitui um fenômeno previsível[...]”.

A confecção de um Código de Ética deve envolver a empresa como um todo. É uma responsabilidade compartilhada, pois tudo que é imposto geralmente não recebe aceitação natural. A escolhas dos princípios que constarão dele deve ser feita entre empregados e administração. Quando um trabalho é feito de forma participativa, temas que são contraditórios acabam sendo convertidos em decisão democrática, o que traz melhores perspectivas de sucesso.

Entre os numerosos tópicos abordados nos Código de Ética, predominam alguns como respeito às leis, conflito de interesses, proteção ao patrimônio da empresa, lealdade entre funcionários, respeito entre chefes e subordinados, transparência nas comunicações, denúncias, prática de subornos e corrupção em geral, liberdade, salubridade, justiça, dignidade da pessoa humana, entre outros.

Os Códigos de Ética também devem levar em conta o ambiente em que a empresa está inserida. Deve ser visto a forma de criação das pessoas envolvidas, as diferenças culturais e religiosas. Às vezes, algo pode ser relevante para o funcionário e irrelevante para a empresa. Portanto, deve ser

muito bem estudado, principalmente nos casos de relações entre organizações e culturas distintas.

Um Código de Ética não basta ser escrito. É necessário colocá-lo em prática. Para isso, a empresa deverá encarregar um departamento/comitê ou uma pessoa para cuidar dele (um coordenador, gerente, etc.). Deve, também, providenciar meios para dar amplo conhecimento aos funcionários. Seriam cursos, dar uma cópia para cada um, elaborar um programa de treinamento, etc. Enfim, mostrar que o cumprimento é dever de todos e de cada um.

A interação dos empregados se torna muito importante pelo fato que podem tirar suas dúvidas, sugerir mudanças, etc. Além disso, facilita a comunicação entre empregado e empregador, o que poderá melhorar o desempenho empresarial.

Além disso, o fato da participação do funcionário na elaboração do código, faz com que ele se sinta valorizado, participativo e desperta nele a cooperação e a consciência de escolher entre o certo e o errado e a perspectiva de participação de forma ativa no cumprimento do código.

Funcionários que agem bem são, em geral, mais sensíveis às questões éticas. Tratam melhor todos os envolvidos no processo empresarial, são transparentes e cumpridores de prazos, etc. Com isso, provocam bem-estar em clientes e fornecedores, e o reflexo é o crescimento da organização.

Um código de ética acrescenta valor à instituição e fortalece sua imagem para fins externos.

3.2 O CÓDIGO DE ÉTICA E SEU ALCANCE INTERNO E EXTERNO

Um importante tema da atualidade diz respeito à Cidadania Empresarial, que está ganhando espaço na agenda das empresas que se sentem estimuladas nas questões relacionadas à ética e responsabilidade social. Com isso, consegue-se o fortalecimento das pessoas que, conforme dissemos acima, se sentem mais estimuladas e orgulhosas dentro da empresa que as contratou.

A elaboração participativa do Código de Ética, bem como sua manutenção, ajuda a empresa a obter bons resultados na sua atividade econômica, assim como conscientiza o funcionário como cidadão.

Os funcionários precisam ser conscientizados a terem respeito pelos colegas, entre superiores hierárquicos e subordinados, com clientes e fornecedores, etc. Assim, o clima de trabalho será bem mais agradável e os tratamentos serão com educação e respeito. Isso favorecerá as pessoas e a empresa, colocando a dignidade humana em alta.

Podemos afirmar, também, que a elaboração participativa do Código de Ética e sua manutenção, juntamente com o conhecimento e estudos que deverão ser feitos, ajuda a empresa a conseguir o que hoje chamamos de “capital intelectual”.

Os ativos intelectuais tornaram-se elementos importantes no mundo dos negócios. A necessidade de extrair o máximo valor do conhecimento organizacional é maior agora do que no passado. Cada vez mais, líderes e consultores de empresas falam do conhecimento como o principal ativo das organizações e como a chave da vantagem competitiva sustentável. A competitividade passou a ser determinada pelas ideias, experiências, descobertas e especialização que conseguem gerar e difundir.

Mudamos da era do capital para a era do conhecimento.

Também afirmamos que o funcionário após passar seu expediente de trabalho consciente do respeito e consideração com seus demais colegas, levará esse comportamento para fora, para seu ambiente privado. E é nesse ambiente externo, fora dos limites da empresa, que está o indicador desse comportamento das pessoas envolvidas na empresa.

E esses comportamentos de respeito e consideração também serão direcionados aos familiares, vizinhos, trânsito, etc., fortalecendo suas virtudes. Isso, além de influenciar na educação dos filhos e no ambiente familiar.

Portanto, vimos aqui a importância da participação voluntária do funcionário na elaboração do Código de Ética. A imposição pode não trazer os resultados desejados, mas a participação incentivada pode se tornar um importante aliado. A conscientização do funcionário a respeito da utilidade e necessidade do cumprimento do Código de Ética se torna muito útil para a empresa. Aliás, não só à empresa, mas também para a sociedade em geral.

CONCLUSÃO

O estudo ora realizado abordou alguns temas para servirem de reflexão sobre o comportamento ético ideal dentro das organizações.

Não devemos mais adotar uma postura exterior, ou seja, algo que coloque em evidência algum valor em particular, pois isto faria com que ficássemos mais distantes do *ser*. A nossa atividade envolve uma carga *moral* e a ética não é algo sobreposto à conduta humana.

Ainda resta muito a fazer para que o comportamento ético faça parte da vida empresarial, mas tentamos estimular o espírito crítico nas organizações, motivando-as a refletir sobre a forma como estão gerindo seus negócios.

Em alusão aos estágios pré-convencional, convencional e pós-convencional da ética, podemos dizer que as organizações estão hoje em três grandes estágios: o estágio da ética do *cumprimento*, o da ética da *responsabilidade social* e o da ética da *informação e tecnologia*.

O primeiro estágio começou quando o mercado passou a exigir que as empresas apresentassem procedimentos éticos em sua atuação. Isso deu-se principalmente na década de 70 e nos Estados Unidos. O governo americano tomou diversas atitudes em defesa da ética e sérias providências em relação à prática de corrupção. Por exigência do público, as empresas passaram a

“cumprir” padrões éticos e até criaram Códigos de Ética. Continua em pleno vigor até hoje.

Paralelamente ao primeiro estágio, a ética da responsabilidade social foi surgindo. Primeiro na Europa, depois espalhando pelo mundo, acompanhando a globalização. Questões ambientais vieram aprofundar o tema e várias organizações ambientalistas surgiram. E, assim, empresas passaram do simples cumprimento da lei para expandir suas preocupações éticas para além de seus limites. Seus Códigos de Ética e “Credos” passaram a abranger seu ambiente externo.

Podemos arriscar a dizer que a responsabilidade social no Brasil ocorre mais por uma visão de marketing e imagem empresarial do que por preocupação com questões sociais. O certo é que as empresas do futuro serão as que saberão fazer frente às suas responsabilidades sociais.

O terceiro estágio é algo novo que está surgindo. A informática, internet, e-commerce. Como ficam a ética e a responsabilidade social diante destas novas tecnologias? Neste caso, há um fenômeno global o qual envolve diversas culturas e se as empresas não atentarem a isso, provavelmente o próprio público tomará providências, pois o que é normal em um país às vezes não é em outro.

Assim, a reflexão ética deverá ser utilizada em toda sua capacidade, uma vez que critérios e referências dos organismos tradicionais não serão suficientes para resolver os conflitos que as novas tecnologias podem provocar.

Neste artigo, colocamos que a empresa deve promover a verdadeira ética e isso trará um grande desenvolvimento para seu capital intelectual, o que irá beneficiá-la na sua participação no mercado. Portanto, ética é bom negócio.

Poderíamos mencionar uma série de questões políticas, sociais e econômicas que promovem a decadência e minam os fundamentos da ética, mas preferimos colocar o ser humano como causa maior na empresa, o que representa o fim maior. Valorizamos mais as pessoas do que as coisas.

Finalmente, temos o Código de Ética e sua necessidade para o desenvolvimento da cidadania empresarial. Com os elementos que o integram

há o fortalecimento e valorização pessoal do empregado, despertando-o para a conscientização de seu potencial e condição de cidadão. Um importante instrumento para o desenvolvimento da realidade social para melhor.

Nesse sentido, é de fundamental importância que as condições que as pessoas encontram no ambiente da empresa influenciarão fortemente em sua maneira de ver o mundo. Assim, o comportamento ético da empresa terá influência decisiva sobre o comportamento de todos os que a ela estão ligados. Portanto, a forma de agir dos administradores terá um impacto não apenas dentro da empresa, mas também em relação a toda sociedade.

Vamos valorizar as pessoas, as empresas, o trabalho, as escolas e o futuro, para que nossos descendentes encontrem um mundo viável para viver.

Bibliografia

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. *Temas de filosofia*. 2ª. ed. São Paulo: Moderna, 1998.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de. *Código de ética – um instrumento que adiciona valor*. São Paulo: Negócio Editora, 2002.

Frei BETTO. *Ética nos negócios*. Artigo de 23/7/2004.

CAMARGO, Marculino. *Ética na empresa*. Petrópolis: Vozes, 2006.

CHAUI, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 1994.

DAFT, Richard L. *Organizações – teorias e projeto*. Tradução de Cid. Knipel Moreira. São Paulo: Pioneira, 2003.

DRUCKER, Peter Ferdinand. *Administrando em tempos de grandes mudanças*. Tradução de Nivaldo Montigelli Jr. São Paulo: Pioneiras; São Paulo : Publifolha, 1999.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. *Introdução à Administração*. São Paulo: Atlas, 2000.

MOREIRA, Joaquim Manhães. *A ética empresarial no Brasil*. Revisão de Janice Yunes. São Paulo: Pioneira, 1999.

NASH, Laura L. *Ética nas empresas*. São Paulo: Makron Books, 2001.

PASSOS, Elizete. *Ética nas organizações*. São Paulo: Atlas, 2004.

Jus Navigandi. Disponível em
<http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=5530>, acesso, Jun/2007.