



Universidades Lusíada

Reimão, Cassiano, 1944-

A presença da ética nas empresas

<http://hdl.handle.net/11067/5180>

Metadata

Issue Date 2011

Abstract A questão ética, associada à da responsabilidade social das empresas é, hoje, uma questão crucial e civilizacional. Perante transformações profundas do tecido e das estruturas produtivas, com a instituição de novas tecnologias e de novas formas de comunicação, perante novos paradigmas de desenvolvimento, foram introduzidos novos comportamentos individuais e colectivos, bem como novos padrões culturais que exigem uma atenção acrescida em todas as organizações. A ética empresarial tem em conta a “...

The issue of ethics, associated with corporate social responsibility is of utmost and civilizational importance. Following deep changes of the productive structures and configuration, the institution of new technologies, new ways of communication, and new paradigms of development, new individual and collective types of behavior were introduced and also new cultural patterns that require strengthened attention to every organization. Corporate ethics takes the businesses' human dimension into cons...

Keywords Ética empresarial, Responsabilidade social das empresas

Type article

Peer Reviewed No

Collections [ULL-FCEE] LEE, n. 12 (2011)

This page was automatically generated in 2020-10-23T03:09:31Z with information provided by the Repository

A PRESENÇA DE ÉTICA NAS EMPRESAS

Cassiano Reimão
Universidade Lusíada de Lisboa

Resumo: A questão ética, associada à da responsabilidade social das empresas é, hoje, uma questão crucial e civilizacional. Perante transformações profundas do tecido e das estruturas produtivas, com a instituição de novas tecnologias e de novas formas de comunicação, perante novos paradigmas de desenvolvimento, foram introduzidos novos comportamentos individuais e colectivos, bem como novos padrões culturais que exigem uma atenção acrescida em todas as organizações.

A ética empresarial tem em conta a “altura humana” das empresas, apontando para, como mínimo de justiça, encarnar o ideal de uma cidadania social cosmopolita, em ordem a conseguir que todos e cada um dos seres humanos vejam protegidos os seus direitos, com base na sua dignidade de pessoas.

Palavras-chave: ética, empresa, pessoa, dignidade, justiça, responsabilidade social, globalização.

Abstract: The issue of ethics, associated with corporate social responsibility is of utmost and civilizational importance. Following deep changes of the productive structures and configuration, the institution of new technologies, new ways of communication, and new paradigms of development, new individual and collective types of behavior were introduced and also new cultural patterns that require strengthened attention to every organization.

Corporate ethics takes the businesses’ human dimension into consideration and highlights that the minimum standard of justice should be equalized to the need of the ideal of cosmopolitan social citizenship being embodied, and, thus, preserving the rights of every human being on the basis of human dignity.

Key-words: ethics, company, person, dignity, justice, social responsibility, globalization.

1. Ética, situação actual e crise da razão

A sociedade impõe-se-nos, na actualidade, como impiedosa e inexorável, sem quadros de referência para orientação, banalizando o sofrimento e absolutizando o efémero. Encontramo-nos num tempo de cultura induzida, hedonista, racionalizada. A nossa sociedade, na idade do “pós-bem-estar” em que nos encontramos, está organizada para o quotidiano; são estas algumas das patologias de que sofre a sociedade, no tempo presente, no dizer de Jürgen Habermas, num apelo a uma nova consciência ética, crítica e epistemológica.

A “nova modernidade” que coincide com a *civilização do desejo*, formada ao longo da segunda metade do séc. XX, coincide, como refere Gilles Lipovetski²³, com novas orientações do capitalismo que preconiza o incitamento perpétuo da procura, da comercialização e da multiplicação indefinida das necessidades.

O capitalismo de consumo assumiu a liderança das economias de produção. Constituiu-se como que uma “nova religião” em torno da melhoria contínua das condições de vida²⁴, instituindo o consumo emocional como experiência íntima²⁵, um consumo destrutivo, onde os prazeres materiais geram uma manifesta insatisfação existencial.

A sociedade do nosso tempo é uma sociedade onde tudo chega sem ser necessário partir, onde vale a retórica do momento, experienciando-se uma circularidade sem encontro e assistindo-se a uma crise do discurso da representação, onde é iminente o risco de eliminação da pessoa moral e a anulação da singularidade como identidade e onde se experiencia um sistema que não vai ao fundo das coisas. O Homem da sociedade virtual, sendo um homem em rede, é um homem-produto.

A época em que vivemos traz-nos, por isso, inúmeras preocupações éticas em diversos domínios da vida social, nomeadamente, no domínio das organizações empresariais.

²³ Cf. LIPOVETSKI, G., *A Felicidade paradoxal – Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*, Ed. 70, Lisboa, 2010.

²⁴ Idem, *ibidem*, p. 186.

²⁵ Idem, *ibidem*, pp. 33 e ss.

2. A ética num contexto empresarial

No mundo da tecnologia em que hoje está mergulhado, o ser humano perdeu o sentido da sua existência, sentindo-se vítima das forças que ele próprio criou; perdeu o protagonismo da sua história e da história do mundo que habita. Nesta conjuntura, só um sistema coerente de valores pode garantir uma correcta unidade e funcionalidade à vida social. A ética²⁶ apresenta-se, deste modo, como um regulador urgente da evolução do mundo e da percepção que os homens possuem da sua construção. É esta a situação em que nos encontramos nos diversos contextos da transformação por que passam as sociedades contemporâneas, marcadas pela secularização, pelo pluralismo e pela autonomia. Apesar da sua autonomia, tanto a economia como a realidade empresarial, enquanto interligadas com as mutações sociais, estão no centro deste debate. A questão ética, associada à da responsabilidade social das empresas é, hoje, uma questão crucial e civilizacional. Perante transformações profundas do tecido e das estruturas produtivas, com a instituição de novas tecnologias e de novas formas de comunicação, perante novos paradigmas de desenvolvimento, foram introduzidos novos comportamentos individuais e colectivos, bem como novos padrões culturais. Esta nova dinâmica que atravessa o mundo empresarial faz emergir novos grupos de interesses em busca de uma legitimação nem sempre aceite, desenvolvendo-se numa zona minimalista de valores. E, todavia, na empresa convergem múltiplos factores e diversos interesses, potencialmente legítimos, como são os dos clientes, dos trabalhadores, dos fornecedores, dos accionistas e de outros *stakeholders*.

Esta situação torna, assim, cada vez mais actual, oportuna e urgente uma reflexão aprofundada, neste domínio, na medida em que se assiste, perante a globalização da actividade económica, ao despertar do sentido ético e à necessidade de referenciais éticos, quer na sociedade, quer nas empresas que, em número crescente, vêm reconhecendo a importância e o valor de um comportamento socialmente responsável por parte daqueles que as integram.

É, por isso, visível, nos últimos tempos, uma acentuada preocupação com os impactos inerentes às condutas empresariais tendo vindo a ser desenvolvida uma reflexão aprofundada em torno da ética e das suas implicações, no âmbito das empresas. Esta preocupação “evoluiu de uma crítica radical ao capitalismo e aos fins lucrativos da actividade empresarial, para uma análise mais profunda e abrangente das regras e das práticas subjacentes ao comércio”²⁷, revelando que os problemas éticos não se colocam apenas ao nível das atitudes individuais dos

²⁶ Enquanto sabedoria prática, a *ética* é categoricamente orientadora dos actos humanos, à luz da razão; inserida na vida humana, é delimitada pelos juízos da consciência; o dever de os praticar designa-se por *moral*; esta, segundo Paul Ricoeur, é inseparável da ética enquanto portadora de um crivo de normatividade dos juízos de consciência (Cf. RICOEUR, P., “Éthique et Morale”, in *Revista Portuguesa de Filosofia*, Tomo XLVI, Fasc. 1, Janeiro-Março, 1990).

²⁷ ALMEIDA, F., 2010, p. 75, citando SOLOMON, R. (1993).

gestores empresariais (voltadas para a obtenção do lucro em proveito próprio), mas vão mais além: “chegam aos prejuízos que algumas organizações causam nos ambientes sociais, económicos e naturais, bem como aos prejuízos causados aos colaboradores das empresas”²⁸.

Para a dignificação do valor da empresa, é necessário vencer os actuais desafios tecnológicos e competitivos. No entanto, o desafio ético é talvez o maior da actualidade, na medida em que uma empresa ganha mais valor quanto maior for a sua prática ética.

Num panorama ético de governação global, terão, assim, de ser considerados os fundamentos, os processos, os princípios, as regras e as instituições, numa orientação para o bem-estar do Homem e para a construção do bem comum, na sociedade, numa dimensão de solidariedade e de uma prática de justiça.

A ética é o caminho para a excelência empresarial, apresentando-se como uma “bússola” orientadora das práticas mais eficazes. Existem, actualmente, grandes desafios éticos que as empresas enfrentam, estando inseridos, segundo Samuel Mercier, nas dimensões contextual e organizacional²⁹.

No que se refere à dimensão contextual, os principais desafios identificados são: as pressões do ambiente sociopolítico (maior envolvimento das empresas na resolução dos problemas sociais vigentes); o papel fundamental da reputação e da confiança (domínio da imagem externa da empresa); a adaptação ao ambiente técnico-económico (constante adaptação face às novas necessidades do mercado, visto que a concorrência é um determinante fulcral dos negócios). Relativamente à dimensão organizacional, os principais desafios identificados são, face às necessidades estratégicas internas, a procura do equilíbrio entre a adaptação às pressões externas, a conservação da coesão e a eficácia do sistema organizacional, bem como a necessidade de uma referência cultural comum³⁰.

3. Da ética à responsabilidade social da empresa (RSE)

O mundo contemporâneo possui um modelo de crescimento económico que tem provocado enormes desequilíbrios. Se, por um lado, nunca houve tanta riqueza no mundo, por outro lado, a miséria, a degradação ambiental e a poluição aumentam de dia para dia. Neste contexto, torna-se necessária uma mudança nas formas de pensar, de agir e, fundamentalmente, uma mudança de valores, no que às empresas diz respeito, numa linha de desenvolvimento sustentável. É neste quadro que surge, cresce e ganha força a área de reflexão em torno da Responsabilidade Social das Empresas.

²⁸ ROCHA, A., 2010, p. 195.

²⁹ Cf. MERCIER, S., 2003, pp. 11-17.

³⁰ Idem, ibidem, 2003, pp. 11-17.

Ética e Responsabilidade Social da Empresa (RSE)³¹ não são a mesma coisa³². A ética é enquadradora da RSE e está a montante dela, incorporando aquilo que se vem designando por DNA da empresa.

A RSE é uma marca de posicionamento e de diferenciação das empresas num mundo cada vez mais global, assentando em princípios que tendem ao bem comum, numa prática de justiça social, que a empresa integra e assume como valores na sua prática quotidiana.

Como refere José Luís Fernández³³, a ética aplicada às empresas serviu de estímulo para o aparecimento da responsabilidade da empresa em relação à sociedade. Por sua vez, a responsabilidade social corporativa está a gerar reflexões profundas em torno do papel e da missão das empresas na sociedade.

A temática da RSE remonta ao tempo do capitalismo e tem um longo historial de investigação. De acordo com José Manuel Moreira³⁴, a RSE trata das normas de conduta específicas da empresa; diz respeito à racionalidade, ao desempenho e ao comportamento das empresas numa economia de mercado. Neste sentido, a RSE é de natureza vivencial, constrói-se e evolui ao longo dos tempos, atendendo ao contexto social, histórico, político e religioso, onde a vida decorre³⁵.

Não existe uma definição consensual sobre RSE dada a divergência nos fundamentos ou no significado da terminologia usada. De acordo com o *Livro Verde*, publicado pela Comissão das Comunidades Europeias, em Julho de 2001, intitulado *Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*³⁶, a RSE é a expressão da capacidade das empresas em integrarem preocupações sociais e ambientais nas suas actividades específicas bem como nas suas interacções com os seus *stakeholders* de uma forma voluntária.

³¹ Cf. FERNÁNDEZ, J. L., 2004, pp. 378 e ss. Embora os primeiros escritos sobre Responsabilidade Social tenham dimanado da OCDE, em 1976, o conceito estabelece-se a partir da publicação do *Livro Verde* da Comissão das Comunidades Europeias, em Julho de 2001 (de que adiante falaremos), integrando as reflexões que, entretanto, ocorreram e que permitiram delimitar o âmbito da Responsabilidade Social *nas e das* Empresas.

³² "(...) a responsabilidade social é uma dimensão da ética empresarial" (CORTINA, A., 2009, pp. 118-119).

³³ FERNÁNDEZ, J. L., 2004, p. 364.

³⁴ Cf. MOREIRA, J. M., 2004, p. 385; este autor entende a RSE como "expressão da capacidade das empresas para integrarem preocupações sociais e ambientais nas suas actividades empresariais e nas suas interacções com os seus *stakeholders* de uma forma voluntária" (Moreira, J. M., 2004, p. 386).

³⁵ Cf. FERNÁNDEZ, J. L., 2004, p. 365; "La actividad económica es una inescapable dimensión de la vida humana" (p. 365).

³⁶ Constitui um importante contributo para esta problemática, integrando as reflexões resultantes do debate estabelecido nos Estados Membros da União Europeia, as reacções das empresas e de outros interlocutores interessados, nomeadamente escolas de negócios e pessoas individuais em torno da RSE. No conceito de RSE, proposto no *Livro Verde*, está contemplada a tese do desenvolvimento sustentável.

A RSE integra voluntariamente preocupações sociais e ambientais nas operações quotidianas das organizações e na sua interacção com todas as partes interessadas. Trata-se de um modo de contribuir para a sociedade de forma positiva e de gerir os impactos sociais e ambientais da organização como forma de assegurar e aumentar a competitividade.

José Manuel Moreira explica que a empresa actua de uma maneira socialmente responsável se as suas iniciativas tiverem em conta três critérios:

- 1) desenvolver-se numa base *voluntária* indo mais além dos requisitos legais;
- 2) haver uma *interacção* entre os stakeholders;
- 3) as preocupações sociais e ambientais estarem *integradas* nas actividades empresariais.

Uma organização socialmente responsável terá em consideração, nas decisões que toma, a comunidade onde se insere e o ambiente onde opera. Há quem defenda que as organizações, como motor de desenvolvimento económico, tecnológico e humano, só se realizam plenamente quando consideram, na sua actividade, o respeito pelos direitos humanos, o investimento na valorização pessoal, a protecção do ambiente, o combate à corrupção, o cumprimento das normas sociais e o respeito pelos valores e princípios éticos da sociedade em que estão inseridas.

A RSE é um meio para tornar as empresas competitivas e bem sucedidas económica e financeiramente. Dado que o mercado onde se desenrola a actividade económica é cada vez mais global, onde as relações que se estabelecem “em” e “com” os outros geram influências mútuas (partilhando processos, produtos e modelos sociais), as empresas devem articular, face aos contextos históricos e culturais do país onde operam, não só as práticas da RSE do próprio país, mas também as práticas desenvolvidas nos outros países por forma a ampliar o conhecimento e a interpretação dos processos de RSE e, inclusive, a redefinição do papel das instituições, da sociedade e do próprio Estado³⁷.

Neste sentido, a RSE é uma marca de posicionamento e de diferenciação das empresas e dos países num mundo global; contudo, se o seu interesse se focalizar apenas na criação de valor e riqueza e de vantagem competitiva, a RSE resume-se, sobretudo, a dar cumprimento a uma obrigação legal, pois as empresas, por vezes, somente atendem e interpretam os custos e os esforços dispendidos com a responsabilidade em prestar acções de cariz social. Nesta perspectiva, as acções de RSE passam por actividades filantrópicas que possam conferir boa reputação à empresa o que, por sua vez, leva os clientes a optar por comprar os seus produtos, ou por apoiar formas de levar as pessoas da comunidade a adquirir recursos que redundam em benefício da própria empresa, possibilitando que ela seja atractiva no mercado de trabalho.

³⁷ Cf. MOREIRA, J. M., 2004, p. 388.

Se existe a consciência de que é necessário mudar, cabe-nos o dever de agir, de assumir uma atitude crítica e proactiva, neste domínio, aproveitando as oportunidades e actuando com prudência e sentido de responsabilidade, inserindo a virtude³⁸ num sistema que, por si só, é axiologicamente cego³⁹; é, por isso, urgente, introduzir a ética nos negócios e nas empresas. Integrando princípios éticos nos negócios, a RSE não se resume apenas a dar apoios financeiros para causas ou actividades úteis e benéficas não relacionadas directamente com o negócio da empresa, estando apenas ao alcance de empresas com maior poder económico; a RSE está, pelo contrário, ao alcance de todas as empresas devido à sua componente social; enquanto nos preocuparmos apenas em cumprir o que é de obrigação legal, afastamo-nos da nossa responsabilidade única (individual e colectiva) que é de base voluntária, pois transferimos para o Estado a responsabilidade de suportar custos sociais e ambientais.

As empresas, como partes da sociedade onde se praticam actos humanos, devem estar orientadas para o bem comum e para o progresso da comunidade, na procura do desenvolvimento sustentado da sociedade, acautelando os direitos das gerações futuras; para isso, devem atender a aspectos económicos, sociais e ambientais. O modo como as empresas levam a cabo essa missão, deve ter em conta, fundamentalmente, a dignidade das pessoas e os seus direitos, contribuindo para o bem-estar dos indivíduos e para a harmonia da sociedade. A RSE é, contudo, no âmbito empresarial, um ponto de partida e não de chegada⁴⁰. Pode ser um meio na procura de excelência e um “bem fazer” económico, por parte da empresa, sem o qual seria muito difícil agir eticamente e definir axiologicamente a própria cultura e as suas práticas quotidianas. A RSE é um bem louvável na tarefa comum de construir uma sociedade mais próspera e em tornar o mundo mais habitável.

Importante, no contexto da RSE, é o conceito de comportamento socialmente responsável, que significa ir além do mero cumprimento das obrigações legais, apostando em investimentos no capital humano, no ambiente, na relação com os *stakeholders* e na comunidade local. É com a experiência adquirida através do investimento em tecnologias e em práticas empresariais ambientalmente responsáveis que se “sugere que ir além do simples cumprimento da lei pode aumentar a competitividade de uma empresa”⁴¹. O facto de se ultrapassar o mero cumprimento das obrigações legais existentes no domínio social é passível de ter também um efeito positivo e directo sobre a produtividade da empresa, possibilitando, igualmente, uma melhor gestão da mudança e a conciliação entre o desenvolvimento social e uma competitividade reforçada. Todavia, a RSE não pode substituir a regulamentação e/ou legislação existente no âmbito dos direitos

³⁸ *Virtude* é aquilo que inclina o homem à prática do bem; segundo Aristóteles, é uma disposição adquirida de fazer o bem que se aperfeiçoa com o hábito. A propósito da relação entre economia e virtude, cf. Moreira, J. M., 2004, pp. 400-403.

³⁹ Cf. FERNÁNDEZ, J. L., 2004, p. 384.

⁴⁰ Cf. FERNÁNDEZ, J. L., 2004, p. 364.

⁴¹ *Livro Verde* da Comissão das Comunidades Europeias, 2001, parágrafo n.º 21.

sociais e ambientais. Por outro lado, o conceito de RSE está intimamente ligado ao conceito de desenvolvimento sustentável⁴², pelo qual as empresas têm de integrar nas suas operações o impacto social, económico e ambiental. Todo o conceito aponta para a afectação da forma como a empresa é gerida e não necessariamente para as suas actividades nucleares.

Muito embora a RSE seja mais comumente uma prática das grandes empresas e das multinacionais, esta é importante em todos os tipos de empresas, independentemente da sua dimensão e do seu sector de actividade. É cada vez maior a importância da implantação da RSE nas Pequenas e Médias Empresas (PMEs) e nas microempresas, na medida em que são estas que mais contribuem para a economia e para o emprego. Actualmente, algumas PME já têm procedimentos socialmente responsáveis, nomeadamente através de um empenho a nível local, na realização de iniciativas de sensibilização e na difusão das mesmas, contribuindo, assim, para o assumir desta prática⁴³.

As empresas têm poder para influenciar o mercado e, por isso, devem actuar responsabilmente na gestão desse poder agindo de acordo com as solicitações da sociedade, cumprindo deveres de cidadania, de forma a não perder poder negocial, nem na sociedade em geral, nem no mercado nacional ou global; devem garantir não só a criação da riqueza, mas também a sustentabilidade como garantia para as gerações futuras. Por outro lado, numa era global e mediatizada pelas tecnologias de informação e comunicação, os consumidores e os investidores – públicos e privados – cada vez mais informados acerca dos mecanismos dos negócios, também exigem mais das empresas do que o mero incremento de valor e riqueza para os accionistas. Clientes e investidores têm maior poder e exigência e incorporam nos seus processos de decisão critérios relacionados com preocupações ambientais e sociais que não podem deixar de ser atendidas pelas empresas, sob pena de porem em risco grave, a médio prazo, a própria viabilidade da empresa⁴⁴. É necessário que as empresas atendam a uma economia social de mercado onde haja cooperação no sentido restrito do respeito dos contratos individuais com as pessoas que nelas operam, mas também do contrato social implícito existente entre elas e a sociedade, do qual decorrem obrigações, nomeadamente deveres de cidadania para com as comunidades onde se inserem.

⁴² Segundo a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) da Organização das Nações Unidas, *desenvolvimento sustentável* é aquele que atende às necessidades presentes sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades.

⁴³ Cf. *Livro Verde* da Comissão das Comunidades Europeias, 2001; “É cada vez maior o número de empresas europeias que promovem estratégias de responsabilidade social como reacção a diversas pressões de natureza social, ambiental e económica. Pretendem, assim, dar um sinal às diversas partes interessadas com as quais interagem: trabalhadores, accionistas, consumidores, poderes políticos e ONG. Ao procederem desta forma, as empresas estão a investir no seu futuro e esperam que este compromisso voluntário contribua para um aumento da sua rentabilidade” (parágrafo nº 23).

⁴⁴ Cf. FERNÁNDEZ, J. L., 2004, p. 383.

As empresas, orientadas neste modelo de economia de mercado e de deveres de cidadania, são mais capazes de responder a novas sensibilidades sociais, gerindo adequadamente os seus activos, determinantes para a obtenção de uma desejável legitimação social; dada a sua complexidade e tendo como objectivo o critério da sustentabilidade em relação às gerações futuras, irão requerer pessoas mais habilitadas e novos estilos de direcção e de liderança com sensibilidades distintas das tradicionais, incorporando nas suas decisões valores morais e éticos. Neste sentido, não é criticável que as empresas tentem ganhar posição em situações de mercado, quer falemos de salários ou de preços de produtos, desde que, na prossecução desses interesses próprios, não se cause danos aos outros. Tal como refere José Manuel Moreira, a liberdade permite escolha e ao escolhermos decidimos por opções de acordo com os nossos códigos morais e éticos; este autor refere, nesse mesmo sentido, que são precisas virtude (*dever ser*) e responsabilidade (*dever / fazer*) nas pessoas, nos dirigentes da sociedade empresarial e do Estado, velando por uma eficiente administração da justiça, através da promoção de boas práticas que levem ao bom governo das empresas e da nações⁴⁵.

As empresas ocupam um lugar de relevo na sociedade, na medida em que são organizações sociais nucleares na estrutura económica. Este posicionamento confere-lhes um poder de agentes de mudança social; no entanto, este poder acarreta novos desafios para a empresa no campo económico, legal e ético⁴⁶.

A responsabilidade social da empresa implica, frequentemente, sacrificar um benefício imediato para o próprio agente em nome de um benefício colectivo mais duradouro. Estas escolhas exigem, contudo, prudência para evitar “excessos que comprometam o bem-estar humano a que se destina qualquer actividade económica”⁴⁷.

A ética não se opõe ao lucro, nem a técnica ao humanismo, nem mesmo a eficácia à cultura; como refere José Manuel Moreira, “numa concepção de empresa como comunidade de pessoas, é não só possível mas desejável conjugar os objectivos económicos com a realização do que o homem tem de mais humano. Só assim podemos esperar que a nova era que se anuncia seja de profunda humanização, a era do humanismo empresarial. O que nos leva a acreditar e nunca a negar”⁴⁸; a empresa deve, por isso, assumir-se, “como agente co-protagonista e co-responsável na construção de uma sociedade mais justa”⁴⁹, de “uma sociedade civilizada” onde o Homem possa habitar.

⁴⁵ Cf. MOREIRA, J. M., 2004, p. 403.

⁴⁶ Cf. ALMEIDA, F., 2010, p. 129.

⁴⁷ ALMEIDA, F., 2010, p. 267.

⁴⁸ MOREIRA, J. M., 2008, pp. 110-111.

⁴⁹ FERNÁNDEZ, J. L., 2004, p. 380.

4. A ética empresarial numa sociedade civilizada a construir

Uma sociedade civilizada é aquela em que as pessoas são cidadãos e não escravos.

1 - *Numa visão neo-liberal*, a sociedade civil é o mercado e potenciá-lo é apostar no crescimento económico, sem políticas públicas redistributivas, centrando-se na liberalização, na estabilização e na privatização da economia; nesta perspectiva, o desenvolvimento coincide com o crescimento económico e o crescimento económico equivale à subida do PIB.

2 - *Numa visão da tradição comunicativa*, a sociedade civil está para além do Estado e do mercado, na esfera da opinião pública, atravessada pelas redes da linguagem que geram *solidariedade*, exigindo melhoria no espaço público, formando uma consciência social renovada, reforçando as redes de relação que propiciam uma formação democrática da vontade, *construindo o coração de um mundo sem coração*.

Neste contexto, podem verificar-se três modelos principais:

- o modelo economicista;
- o modelo institucional;
- o modelo centrado na globalidade dos *afectados* pela actividade empresarial.

É tarefa também das organizações empresariais e das organizações cívicas orientar para a opção correcta que tem em vista o último dos modelos. Sem o concurso de umas e de outras é impossível formar um mundo de cidadãos, construtores da sua própria vida e da sua autonomia.

Kofi Annan, Secretário-Geral das Nações Unidas, propôs, em 1999, às empresas e às organizações cívicas e laborais um Pacto Mundial, no Forum Económico de Davos, com o propósito de estender os benefícios da globalização a todos os seres humanos: “Escolhemos unir o poder dos mercados com a autoridade das ideias universais. Escolhemos reconciliar as forças criadoras da empresa privada com as necessidades dos mais desfavorecidos e com as exigências das gerações futuras”.

Orientar a sociedade num sentido ou noutro é uma questão de escolha, não de fatalismo insuportável. Tem de se atender aos direitos humanos, laborais, ao meio ambiente e ao compromisso de abolir práticas de corrupção.

A instituição eficaz é aquela que cumpre com os objectivos traçados, sendo que a satisfação é obtida pelo cumprimento dos mesmos. A instituição excelente é aquela que promove a satisfação na execução das tarefas necessárias e a auto-realização e o desenvolvimento dos seus intervenientes; proporcionar os bens públicos é, sem dúvida, tarefa dos poderes políticos, a nível nacional,

transnacional e global.

A ética, no contexto empresarial, deve articular os espaços destes três poderes: político, económico e cívico (a pedra filosofal do nosso tempo), sem esquecer que os *afectados* são os melhores intérpretes das suas necessidades.

Na perspectiva do *modelo dos afectados*, refere Manuel Castells que “se não há confiança (...) é impossível resistir à volatilidade sistémica. Só se resiste a ela se sabemos quem somos, para onde vamos e onde estamos”⁵⁰.

Mas existe, também, outro lado da ética – a *justiça*. E a justiça exige que se tenha em conta que os afectados pela actividade empresarial são simultanea e indissociavelmente *dotados de interesse* para a sobrevivência da sociedade e *dotados de interesse por si mesmos*; são pessoas, com inteligência e sensibilidade moral.

Na perspectiva do *modelo institucional*, Amartya Sen afirma que o êxito económico depende da tecnologia, da iniciativa privada, da liderança, das políticas comerciais, da eficácia dos sistemas financeiros, das políticas públicas e, muito especialmente, de uma *ética* que garanta o cumprimento quotidiano dos convénios com os trabalhadores, os accionistas, os directivos, os clientes e as instituições públicas, infundindo *confiança*, pois há que satisfazer as expectativas legítimas de todos.

Por isso, organizações éticas são aquelas que formam um bom carácter, escolhem boas metas e se esforçam por alcançá-las, tendo por protagonistas da actividade os *afectados* por ela; o que implica um *contrato moral* com todos os afectados pela actividade da empresa que entende implicitamente a organização como *prudente e justa*.

Mas quais são as exigências de uma prática justa?

São quatro as principais *convicções que a justiça exige*⁵¹:

- 1 – o que a justiça implica seja formulado de maneira *imparcial* em relação à diversidade das concepções da “vida boa”, presentes nas nossas sociedades pluralistas;
- 2 – qualquer concepção de justiça aceitável tem de ser igualitária, no sentido de que deve exprimir uma forma de *solidariedade material* entre todos os membros da sociedade em causa;
- 3 – a igualdade para que apela a justiça não leva directamente aos resultados atingidos por cada um, mas às *possibilidades* oferecidas a cada um;
- 4 – a repartição das possibilidades não é uma repartição estatisticamente igual. É uma repartição segundo um critério de *maximin* (maximização do *minimum*) sustentável.

Isto implica: *neutralidade, igualdade, responsabilidade e eficácia*.

A justiça é a distribuição equitativa da liberdade, entendida como a

⁵⁰ CASTELLS, M., “Más allá de la caridad”, in CORTINA, A. (ed.), *Construir confianza: Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Trotta, Madrid, 2003, p. 69.

⁵¹ Cf. VAN PARIJS, Ph., 2009, pp. 130-132.

possibilidade real de realizar a própria concepção do que seja a ‘vida boa’.

A ética, no contexto empresarial, aponta para a “altura humana” das práticas, procurando, por isso, como mínimo de justiça, encarnar o ideal de uma cidadania social cosmopolita, de modo a conseguir que todos e cada um dos seres humanos vejam protegidos os seus direitos. É o mínimo de justiça que nós mesmos nos impomos. Exige-se, então, que, no horizonte da globalização, essa “governança global” de que fala o Banco Mundial, capaz de dispensar bens públicos globais, tais como o bem-estar global, que inclui acesso à saúde, ao ar puro, à água potável, à educação, ao emprego e ao trabalho, promova um sistema económico mundial aberto e inclusivo, ao serviço do desenvolvimento humano, uma ordem legal internacional enraizada nos *valores partilhados* e também mecanismos capazes de garantir a estabilidade e a segurança humanas. Neste sentido, no exercício das actividades empresariais, convém fazer a distinção entre funções eficazes e funções excelentes. As primeiras visam atingir de forma adequada objectivos exteriores ao agente e não estão directamente relacionadas com os bens interiores. As segundas visam o florescimento do agente e estão relacionadas com a aquisição de bens interiores. As práticas excelentes exigem do agente a aquisição e o uso das virtudes intelectuais e das virtudes do carácter; a *prudência (phrónesis)* é a virtude intelectual que permite a escolha dos meios adequados para atingir as finalidades nobres. Os intervenientes no processo empresarial só podem desempenhar bem o seu papel se possuírem as virtudes do carácter sem as quais não é possível sustentar a construção de uma “sociedade civilizada”.

5. Algumas conclusões e desafios

1. A ética, como ideal de convivência, é uma sabedoria prática construtora do equilíbrio da acção humana (entre o desejo e o interdito); responde ao “que fazer?”, questão que todo o ser humano coloca; é, por isso, um saber eminentemente humano.

2. A ética tem dificuldades de legitimação diante de uma sociedade marcada pelo individualismo e pelo egoísmo, onde as pessoas aparecem encerradas no circuito infinito dos seus próprios interesses e impulsos e a vida social não passa de uma associação mecânica de indivíduos perseguindo fins individuais.

3. Contudo, a ética apresenta-se, hoje, como indispensável, enquanto “resposta” e “responsabilidade”, quer no plano das relações do sujeito para consigo mesmo, quer no plano das relações reguladas por regras morais, jurídicas e políticas; é que a ética, enquanto resposta à inquietude de libertação do homem, engloba um processo individual e, simultaneamente, práticas colectivas.

4. Qualquer que seja a actividade do homem, ela não pode ser incompatível com a sua dignidade; é na dignidade da pessoa humana que radica a justificação da ética (da ética aplicada) e da sua exigência. Qualquer actividade, inserida na comunidade humana, deve ter em consideração a radical *dignidade das pessoas*

envolvidas. A dignidade da pessoa humana é, na verdade, a referência decisiva de legitimação de qualquer exercício do poder.

5. Por isso, a cultura do 3º milénio tem de provocar a implosão dos modelos que espartilham o homem, de tudo aquilo que o destrói, assumindo, como desafio, o tratamento conjunto da *economia* com o *humanismo*.

6. Por imperativo de uma ética da responsabilidade, as organizações empresariais devem ter no seu horizonte a construção de uma sociedade mais humana e mais justa.

7. A ética, nas empresas, deve assumir-se como uma necessidade no mundo global da economia, em que vivemos, como uma medida de *prudência* e como uma exigência de *justiça*.

8. A Responsabilidade Social das Empresas, enraizada numa cultura organizacional, caracterizada por valores firmes, critérios claros e princípios sólidos, deverá ser entendida como algo ligado à viabilidade e à sobrevivência das próprias empresas; é, por isso, necessário consolidar empresas sustentáveis no aspecto social, económico e ambiental.

9. A riqueza ética das nações passa pela integridade empresarial e por comportamentos responsáveis que não nascem de uma obrigação legal, mas sim do projecto e do trabalho de uma *equipa de pessoas*, tendo em conta não só os ganhos financeiros, mas também os ganhos em confiança e crédito no futuro.

10. Há que encontrar “altura humana” para as actividades empresariais, procurando, como mínimo de justiça, encarnar, através da prática responsável de uma *ética partilhada*, o ideal de uma cidadania social cosmopolita, de modo a conseguir-se que todos e cada um dos seres humanos vejam protegidos os seus direitos.

11. A *prudência*, no exercício das práticas empresariais, é a virtude ética por excelência que permite articular a *recta razão* com o *desejo recto* que possibilita discernir o termo adequado entre o excesso e o defeito.

12. A actividade empresarial, em virtude de se encontrar ao serviço da sociedade, está relacionada com o *bem público*, com o *bem comum*, devendo contribuir para a construção de uma sociedade justa, de uma sociedade de *pessoas* (promovendo a pessoa e a sua dignidade), uma “*sociedade decente*” (Amartya Sen).

6. Bibliografia

- ALMEIDA, F., *Ética, Valores Humanos e Responsabilidade Social das Empresas*, Princípiã, Cascais, 2010.
- ALMEIDA, F. e SOBRAL, F., “A influência dos valores culturais na Responsabilidade Social das Empresas”, in *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, Volume 6, Julho/Setembro, 2007.
- ARAÚJO, L. de, *Ética – uma introdução*, INCM, Lisboa, 2005.
- ARRUDA, M. e outros, *Fundamentos de Ética Empresarial e Económica*, Atlas, São

- Paulo, 2001.
- ARRUDA, M., *O estado da arte da ética nos negócios*, Relatório 06/2008, FGV-EAESP/GVPESQUISA.
- BENTO, V., *Economia, Moral e Política*, Fundação Manuel dos Santos, Lisboa, 2011.
- BIANCHI, E., *Para uma ética partilhada*, Pedra Angular, Lisboa, 2009.
- CABRAL, R., *Temas de Ética*, Faculdade de Filosofia, Braga, 2000.
- CAMACHO, I, FERNÁNDEZ, J. L. e MIRALLES, J., *Ética de la Empresa*, Desclée De Brouwer, SA, Bilbao, 2002.
- CARDOSO, C., *Comportamento Organizacional e gestão: 21 Temas e Debates para o Século XXI- Ética e Responsabilidade Social*, RH Editora, Lisboa, 2006.
- CORTINA, A., CONILL J., DOMINGO-MORATALLA A., GARCÍA-MARZÁ VD, *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*, Trotta, Madrid, 1996.
- CORTINA, A., *10 Palavras Chave em Ética*, Gráfica de Coimbra, Coimbra, 1997.
- CORTINA, A. (ed.), *Construir confianza: Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Trotta, Madrid, 2003.
- CORTINA, A., “Ética de la empresa: no sólo Responsabilidad Social”, in *Revista Portuguesa de Filosofia*, Tomo 65, Fasc. 1-4, 2009, pp. 113-127.
- CORTINA, A. e CONILL, J., *Democracia participativa y sociedad civil. Una ética empresarial*, Fundación Social, Siglo del Hombre Editores, Santafé de Bogotá, 1998.
- FERNÁNDEZ, J. L., “Hacia un nuevo modelo de empresa: el fenómeno de la responsabilidad social corporativa”, in *Brotéria*, Volume 159, *A Ética como instrumento de gestão*, Novembro, 2004, pp. 363-384.
- GINÉS ORTEGA, J. *Ética empresarial: principios, tendencias y disparates*, RIL Editores, Santiago, 2007.
- GOSELIN, G., *Une éthique des sciences sociales - la limite et l'urgence*, L'Harmattan, Paris, 1992.
- JORGE, F. e outros, *A Responsabilidade Social nas Pequenas e Médias Empresas Portuguesas. O papel do empresário e o desempenho das empresas. Um estudo exploratório*. Comunicação apresentada no XIV Congresso Nacional de Ética, Economia y Dirección (EBEN-España), sob o tema “Ética y Ejercicio Profesional”, 15-16 Diciembre 2006, Valencia (España), 2006.
- KÜNG, Hans, *Projeto para uma Ética Mundial*. Título original: *Projekt Weltehtos* (Trad. de Maria L. Cabaço Meliço), Instituto Piaget, Lisboa, 1990.
- LAMA, Sua Santidade Dalai, *Ética para o novo milénio*. Título original: *Ethics for the new millennium* (Trad. de Conceição Gomes e Emília Marques Rosa), Editora Presença, Lisboa, 2000.
- LÉVINAS, E., *Totalidade e Infinito*, Ed. 70, Lisboa, 1988.
- LIPOVETSKI, G., *A Felicidade paradoxal – Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*, Ed. 70, Lisboa, 2010.
- MARÉCHAL, J.-P., *Ética e Economia*, Inst. Piaget, Lisboa, 2006.
- MCINTOSH e outros, *Cidadania corporativa; estratégias bem-sucedidas para empresas*

- responsáveis*, Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001.
- MERCIER, S., *A ética nas empresas*, Ed. Afrontamento, Porto, 2003.
- MOREIRA, J. M., *A Contas com a Ética Empresarial*, Princípia, S. João do Estoril, 2008.
- MOREIRA, J. M., “Responsabilidade Social da Empresa: valor, limites, desafios e falsas noções”, in *Brotéria*, Volume 159, *A Ética como instrumento de gestão*, Novembro, 2004, pp. 385-405.
- NASH, L., *Ética nas Empresas: boas intenções à parte*, Makron Books, São Paulo, 2001.
- NEVES, J. C. das, *Introdução à ética empresarial*, Princípia, Cascais, 2008.
- NICOLAU, I. e SIMAENS, A., “O impacto da Responsabilidade Social das Empresas na Economia Social”, in *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, Volume 6, Outubro/Dezembro, 2007.
- NUNES, F., “Responsabilidade Social das Empresas: contributo para a construção de uma ferramenta de Gestão”, in *Economia e Sociologia*, nº 79 (Évora), 2005.
- PEGORARO, O., *Ética é justiça*, Ed. Vozes, Petrópolis, 2009.
- RACHELS, J., *Elementos de Filosofia Moral*, Gradiva, Lisboa, 2003.
- REGO, A. e outros, *Gestão Ética e Socialmente Responsável*, RH Ed., Lisboa, 2007.
- REIMÃO, C. (Coord.), *Ética e Profissões – Desafios da Modernidade*, Universidade Lusíada Editora, Lisboa, 2008.
- REIMÃO, C., *Consciência, Dialéctica e Ética em J.-P. Sartre*, INCM, Lisboa, 2005.
- RICOEUR, P., *O Justo ou a Essência da Justiça*, Instituto Piaget, Lisboa, 1997.
- ROCHA, A., *Ética, Deontologia e Responsabilidade Social*, Vida Económica, Porto, 2010.
- ROJAS, F.A., *Marketing social y ética empresarial*, ESIC Editorial, Madrid, 2005.
- SANTOS, A. e outros, “As PME Portuguesas e o Exercício da Responsabilidade Social”, in *Sociedade e Trabalho*, nº 29, Maio/Agosto, 2006.
- SIMON, R., *Éthique de la Responsabilité*, Éd. du Cerf, Paris, 1993.
- SINGER, P., *Ética Prática*, Gradiva, Lisboa, 2000.
- SOLOMON, R., “Business Ethics”, in SINGER, P., *Companion to Ethics*, Blackwell, Oxford, 1993.
- SROUR, R. H., *Poder, cultura e ética nas organizações*, Campus, Rio de Janeiro, 1998.
- TUGENDHAT, E., *Lições sobre ética*, Ed. Vozes, Petrópolis, 2000.
- USSMAN, A. e SEQUEIRA, C., “Códigos de conduta e comportamento ético”, in *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, Volume 2, Janeiro/Março, 2003.
- VAN PARIJS, Ph., “Que é uma Nação Justa, um Mundo Justo, uma Empresa Justa?”, in *Revista Portuguesa de Filosofia*, Tomo 65, Fasc. 1-4, 2009, pp. 129-149.
- VELASQUEZ, M., *Business Ethics*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1982.