

Será possível no início deste novo século conceber e desenvolver uma empresa ética e socialmente responsável?

No decurso da história e especialmente nestes dias, graças à extraordinária popularização dos meios de comunicação, fala-se sobre muitos termos – ética, responsabilidade social, liberdade, justiça e tantos outros – em muitos âmbitos, sem especial cuidado de entender, ou aprofundar, seu significado. Parece claro que se por um lado temos um aspecto positivo na própria discussão, por outro, incorremos no risco de banalizar até tal ponto os conceitos, que eles deixam de ter sentido e se convertem em palavras de ordem ou “chavões” de grupos. O risco é ainda maior quando compreendemos que todos os termos acima citados implicam escolha, posição pessoal, e que estas sempre tem conseqüências, sejam pessoais ou coletivas.

“*Ethos*”, palavra de origem grega, nos proporciona a idéia de ‘habitat’, morada, e também, habito, costume. Dela derivamos um adjetivo: ‘*ético*’, ao qual freqüentemente atribuímos como sinônimo o termo ‘moral’, e disto passamos, pelo direito romano, a ‘normas de conduta’ ou princípios que regem uma sociedade ou grupo determinado.

Mas qual é, na origem, o sentido de “*ethos*”? Aristóteles começa a “*Ética a Nicômaco*” definindo que o objeto de um ato ético é o bem, quando escreve: “*Admite-se geralmente que toda arte e toda investigação, assim como toda ação e toda escolha, têm em mira um bem qualquer; e por isso foi dito, como muito acerto, que o bem é aquilo a que todas as coisas tendem*”¹. Sem mergulhar na infundável riqueza da discussão, que durante os últimos 25 séculos, originou esta afirmação por meio de incalculáveis tratados e teorias, e, rejeitando a acusação de ingênua – no relacionado com ‘o bem’ -, ou como por demais otimista, no seu aspecto global, proponho vejamos sua aplicação no campo empresarial.

A organização empresarial é, sem dúvida, um dos maiores senão o maior, agente transformador da sociedade. Vivemos em uma mudança de época, com profundas e irreversíveis influências motivadas pela “cybernetização” da sociedade onde a empresa está inserida, mudando os meios de produção, gerenciamento e a relação com a sociedade. Não resulta simples nos dirigir a grandes corporações ou a microempresas com a mesma linguagem ou o mesmo instrumental. Empresas que trabalham no âmbito dos serviços têm características próprias e diferentes às industriais ou financeiras; em resumo: assim como cada ser é uma individualidade específica e indivisível, também as empresas têm “personalidade” própria, uma *identidade*. Assim como todos temos uma percepção com respeito ao ‘outro’, assim como todos temos uma noção da ‘alteridade’, assim também – e cada vez com maior freqüência – buscamos identificar, definir, conhecer a ‘identidade’ das empresas que estão no mercado com as quais, necessariamente, interagimos.

Para identificar um ponto de partida na elaboração da resposta ao título deste artigo, e, tentando conceituar que significa uma empresa ética e socialmente responsável, gostaria partir de uma afirmação de Milton Friedman, premio Nobel de economia, pensador da Escola de Chicago no início dos anos 70: “*Se homens de negócios têm outra responsabilidade social que não a de obter o máximo de lucro para seus acionistas, como poderão saber qual seria ela? Podem os indivíduos decidir o que constitui o interesse social?*”².

Atrevo-me a responder as perguntas acima e, a concordar com seu autor, se puder identificar as formas por meio das quais os “*homens de negócios*” obtêm “*o máximo de lucro...*”. Vejamos isto em termos práticos, através de como esta análise possa afetar os “*stakeholders*”, isto é, os agentes e ambientes que têm vínculos com a empresa em questão.

¹ ARISTOTELES. “*Ética a Nicômaco*” Trad. L. Vallandro e G. Bornheim da Versão inglesa de W.D. Ross. São Paulo, 1979, Abril Cultural. Coleção “Os pensadores”.

² FRIEDMAN, Milton. “*The social Responsibility of Business is to Increase Profit*” New York, 1970. New York Times Magazine, 13 de setembro de 1970. Vide também “*Capitalismo e Liberdade*”. 1984. São Paulo. Abril Cultural, Coleção ‘Os Economistas’, p. 123.

Vejamos como cada uma dessas relações implica, sempre, uma escolha a fazer, o por que adotamos um caminho ou outro, como em função de uma escolha consideramos os interesses ou os valores de cada um desses agentes, como cuidamos do futuro ou a perenidade da empresa, em última instância, qual visão estratégica que temos para criar a nossa 'identidade' empresarial.

Meio ambiente: depredamos a natureza da qual tiramos os insumos para nossa produção? Descuidamos os resíduos químicos e/ou poluentes industriais que geramos? **Ou**, investimos o necessário para cuidar dos recursos naturais? Cuidando desse meio e assegurando seu usufruto sustentável no longo prazo.

Estrutura jurídica, tributária e legal do Estado: Aproveita-se do 'jogo do poder' em benefício do interesse próprio, ou a sobrevivência? Sonegamos impostos, taxas e tributos alegando o 'injusto' de sua carga, e/ou as dúvidas de sua aplicação? **Ou**, cumprimos com as obrigações, ainda que não estejamos totalmente de acordo? Utilizando sim, os meios representativos e institucionais para mudar a situação.

Agentes da Comunidade organizada: Desconhecendo a necessidade do entorno? Proibindo a participação de voluntários nos trabalhos dessas comunidades? **Ou**, atendendo conforme possibilidades e prioridades alguns projetos? Permitindo a participação do voluntariado e outras formas institucionais de participação?

Clientes: crescendo por meio de publicidade enganosa? Descuidando da qualidade? Ganhando mercado através de subornos ou "gratificações" irregulares? **Ou**, Cumprindo com as especificações contratadas e prometidas? Não utilizando nenhuma forma ilegal ou contra a dignidade da pessoa ou empresas? Fornecendo sempre claras informações?

Fornecedores: extorquindo? Usando todo o peso do poder econômico? Utilizando-se de informação reservada? **Ou**, Otimizando a cadeia de valor? Buscando parcerias de longo prazo?

Investidores e/ou acionistas: Fraudes em balanços econômicos e contábeis? Falta de transparência nas informações? **Ou**, Informando com responsabilidade em qualquer caso? Dedicando o tempo necessário para dar a conhecer a situação empresarial?

Colaboradores e funcionários: Falta de comunicação proposital? Estilo "manda quem pode, obedece quem tem juízo?" Discriminado por qualquer tipo de minoria ou diferenças? **Ou**, Propiciando uma verdadeira gestão participativa? Aceitando as diferenças? Promovendo talentos?

Poder-se-ia ampliar em muito as perguntas, assim como adicionar outros "stakeholders", entretanto já é suficiente para saber qual o tipo de identidade da empresa em questão conforme as respostas sejam antes ou depois do "ou". Esta visão global tem implicações muito importantes desde o ponto de vista da alta administração: (i) exige integrar a ética e "o social" no planejamento estratégico integrado da Organização; (ii) define uma nova dimensão da Direção Executiva e / ou Conselho de Administração; (iii) pressupõe uma real gestão participativa; (iv) resgata a primazia do homem versus a coisa; (v) consolida a identidade empresarial e impõe coerência a seus administradores.

Este processo também é cada dia mais maduro e consciente na sociedade, e o próprio mercado avalia as atitudes empresariais até o limite de condenar ao desaparecimento as organizações que pactuam com práticas não éticas.

Em conclusão podemos afirmar que não somente é possível conceber e desenvolver empresas ética e socialmente responsáveis, mas, estou totalmente seguro, são as únicas que sobreviveram no fim deste século que tivemos o privilegio de começar.

Depois das perguntas acima formuladas não parece muito difícil identificar "o bem" ao qual se referia Aristóteles, talvez seja oportuno voltar a lê-lo.

Alberto Augusto Perazzo. Economista pela UNBA, Membro do Conselho de Administração de diversas companhias na área de Tecnologia da Informação. Presidente Executivo da

Fundação Instituto Desenvolvimento Empresarial e Social – FIDES -, Membro do FRH, Fórum Permanente de Estudos Avançados das Relações Humanas no Trabalho, Graduando na Faculdade de Filosofia São Bento.