

## **UMA ABORDAGEM ANTROPOLÓGICA SOBRE ÉTICA NA EMPRESA**

### *AN ANTHROPOLOGICAL APPROACH ON ETHICS IN THE COMPANY*

### *UNA APROXIMACIÓN ANTROPOLÓGICA A LA ÉTICA EN LOS NEGOCIOS*

*Nilton Cesar Pasquini<sup>1</sup> (nc.pasquini@ig.com.br)*

*<sup>1</sup>Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR-SP)*

#### **Resumo**

A antropologia se ramifica no estudo da cultura empresarial, e dentro dessa cultura existe a ética organizacional implantada ou apenas “falada”. Em um ambiente em que há pessoas de diferentes raças, classes econômicas, religiões e necessidades diferentes, é muito difícil ensinar a ética. É mais fácil treiná-los a adotar a ética da empresa, pois alguns vão seguir por temor punição, mas não vão aceitá-la em sua essência. Esta ética não é apenas do colaborador para a organização, mas também da organização para com o trabalhador. Este artigo procura mostrar através de revisão bibliográfica os dois lados da ética na empresa.

**Palavras-chave:** Ética, Moral, Antropologia, Antropologia Empresarial.

#### **Abstract**

Anthropology branches to the study of corporate culture, and this culture exists within the organizational ethics deployed or just “spoken”. In an environment where there are people of different races, economic classes, different religions and needs, it is very difficult to teach ethics. It is easier to train them to adopt the ethics of the company, because some will follow for fear of punishment, but it will not accept it in its essence. This ethic is not the only contributor to the organization, but the organization toward the worker. This article seeks to show through literature review both sides of business ethics.

**Keywords:** Ethics, Morality, Anthropology, Business anthropology.

#### **Resumen**

Ramas de la antropología en el estudio de la cultura corporativa, y dentro de esa cultura se implementa la ética organizacional o simplemente “hablado”. En un entorno donde hay personas de diferentes razas, clases económicas, diferentes religiones y necesidades, es muy difícil de enseñar ética. Es más fácil entrenar a adoptar la ética de la empresa, porque algunos se siga por temor al castigo, pero no lo aceptará en su esencia. Esta ética no es sólo el empleado a la organización, pero la organización hacia el empleado. Este artículo pretende mostrar a través de revisión de la literatura ambos lados de la ética en los negocios.

**Palabras clave:** Ética, Moral, Antropología, la Antropología de negocios.

#### **Introdução**

Souza (2013) descreve ética ou filosofia moral como estudo dos atos humanos quanto ao fato de serem certos ou errados. Os atos dos indivíduos e grupos sociais são o objetivo de estudo da ética. Há uma distinção entre os atos voluntários e os involuntários. A ética estuda os atos voluntários, aqueles que praticamos com suficiente conhecimento e escolha, isto é, capacidade de entendimento e/ou livre arbítrio. Procura saber se os atos são certos ou errados e o que lhes dá

uma qualidade moral definida. Contudo, continua sendo uma ciência do viver corretamente e não uma forma de ação ou prática moral. A ética proporciona algum conhecimento prático geral, mas o homem ainda precisa tomar decisões pessoais nas quais aplica esse conhecimento a casos particulares. Os empregados devem cumprir com suas obrigações e os empregadores/patrões, da mesma forma, devem cumprir com o contrato de trabalho e as obrigações dele decorrentes.

Para Debert (2004), antropologia foi caracterizada como a disciplina mais indisciplinada das ciências humanas e, certamente, seu fascínio se deve em grande medida ao fato de a reflexão proposta ao longo de sua história não se prender às fronteiras geográficas, temáticas e metodológicas. Essa indisciplinada não impediu seu desdobramento em um leque bastante grande de áreas de estudos específicos que, particularmente nos Estados Unidos, definiram projetos de pesquisas e organizaram os pesquisadores em associações e sociedades com estruturas e dinâmica próprias. Por essa razão, tem sido cada vez mais importante expor de qual abordagem se trata quando se pensa nos desafios da pesquisa antropológica.

Na tentativa de conhecer o homem, interpretando seus atos e suas falas por meio e informações colhidas diretamente do seu local de origem, recorre-se à Antropologia, ou melhor, ao olhar Antropológico nos estudos organizacionais (CARDOSO SOBRINHO, 2012).

Antropologia consiste na ciência que estuda os homens de todos os tempos e tipos (CAVEDON, 2008). Ora, se as empresas são compostas por pessoas (funcionários), e se são essas que fazem com que aquelas possam permanecer de portas abertas (clientes), então, a ótica antropológica pode e deve ser utilizada nas pesquisas envolvendo esses agentes organizacionais. Essa premissa é verdadeira e vem sendo replicada, cada vez com mais intensidade, nas disciplinas da Administração (CARDOSO SOBRINHO, 2012).

O antropólogo é um observador perspicaz, que possui visão aguçada para perceber coisas que ninguém antes tinha reparado, tem um poder de compreensão para entender o porquê das relações entre as pessoas e os produtos e serviços que consomem. Além disso, o antropólogo tem a capacidade de humanizar o método científico e aplicá-lo ao mundo dos negócios de modo a criar novas experiências para os consumidores (PEREIRA, 2013).

A presente análise bibliográfica compreendeu consulta a artigos, livros didáticos, artigos, dissertações, teses e consulta à Internet. Como a pesquisa bibliográfica tem sido um procedimento bastante utilizado nos trabalhos de caráter exploratório-descritivo, reafirma-se a importância de definir e de expor com clareza o método e os procedimentos metodológicos (LIMA; MIOTO, 2007).

O método utilizado é qualitativo. A investigação qualitativa trabalha com valores, crenças, representações, hábitos, atitudes e opiniões (MINAYO; SANCHES, 1993). Não está nas Referências

Para Polit et al. (2004), a pesquisa qualitativa tenta compreender a totalidade do fenômeno, mais do que focalizar conceitos específicos, possui poucas ideias preconcebidas e salienta a importância das interpretações dos eventos mais do que a interpretação do pesquisador, não tenta controlar o contexto da pesquisa, e, sim, captar o contexto na totalidade.

## **1 Business anthropology**

A antropologia do consumo depende de todo seu tempo e dedicação para realmente entender como e porque os clientes usam determinados produtos. Para que isso ocorra, não existe muito segredo, esses clientes devem ser questionados e observados (TIAN, 2007).

Para Lillis e Tians (2010), *business anthropology* é uma exploração das estruturas culturais e sociais de uma organização.

Existe uma expectativa para que, no século XXI, ocorra a convergência entre a teoria e a prática na aplicação dos preceitos antropológicos. Essa convergência pode fazer com que a antropologia se veja livre da marginalização interdisciplinar, a qual dificulta o sucesso no processo de integração definitivo entre a Antropologia e a Gestão organizacional (BABA; HILL, 2006).

Tian (2007) cita o *Business Anthropology* como prática antropológica que aplica suas teorias e métodos para solucionar problemas da empresa, principalmente do ramo industrial privado, no qual estuda tudo dentro da organização, como estratégias de marketing e pesquisa de clima, entendendo a cultura da empresa para cooperar com o desenvolvimento.

## **2 Ética**

Na Grécia antiga, o indivíduo tinha a obrigação de atuar dentro do marco da ética vigente; ele deveria atuar de acordo com as necessidades e os imperativos gerais da comunidade. Segue-se que as opiniões de Aristóteles sobre questões morais são sempre aquelas aceitas convencionalmente em sua época (RUSSELL, 1957; DIFANTE, 2010).

Aristóteles (384-322 a.C.) já dizia que não se estuda ética para saber o que é a virtude, mas para aprender a tornar-se virtuoso e bom; de outra maneira, seria um estudo completamente inútil (Ética a Nicômaco, livro II, 2001). A ética é uma reflexão filosófica que tem dois objetivos: os costumes (também chamado de *mores* ou moral) e as condutas. Como tal investiga a razão de ser dos costumes ou de uma conduta em determinado contexto social. Em outras palavras, a ética é a reflexão sobre o que convém (PENA, 2007).

Toi e Carmo (2013) observa que, numa definição bem geral, como disciplina ou campo de conhecimento humano, ética se refere a teoria ou estudos sistemáticos sobre a prática moral. Dessa forma ela analisa e critica os fundamentos e princípios que orientam ou justificam determinados sistemas e conjunto de valores morais. É, em outras palavras, a ciência da conduta, a teoria do comportamento moral dos homens em sociedade. A ética parte do fato da existência

da moral, isto é, toma como ponto de partida a diversidade de moral no tempo, com seus respectivos valores, princípios e normas. Como teoria, não se identifica com os princípios e as normas de nenhuma moral em particular e tampouco pode adotar uma atitude indiferente ou eclética diante delas. Como as demais ciências, a ética se defronta com fatos. Que estes sejam humanos implica, por sua vez, em que sejam fatos de valor.

Além de ser individual, qualquer decisão ética tem por trás um conjunto de valores fundamentais. Muitas dessas virtudes nasceram no mundo antigo e continuam válidas até hoje. Eis algumas das principais, conforme Arruda:

- a) Ser honesto em qualquer situação: a honestidade é a primeira virtude da vida nos negócios, afinal, a credibilidade é resultado de uma relação franca.
- b) Ter coragem para assumir as decisões: mesmo que seja preciso ir contra a opinião da maioria.
- c) Ser tolerante e flexível: muitas ideias aparentemente absurdas podem ser a solução para um problema. Mas para descobrir isso é preciso ouvir as pessoas ou avaliar a situação sem julgá-las antes.
- d) Ser íntegro: significa agir de acordo com os seus princípios, mesmo nos momentos mais críticos.
- e) Ser humilde: só assim se consegue ouvir o que os outros têm a dizer e reconhecer que o sucesso individual é resultado do trabalho da equipe (ARRUDA, 2002, p. 231).

Ética é a reflexão sobre a ação humana, para extrair dela o conjunto excelente de ações. Por outras palavras, ética é a reflexão em busca da excelência, da realização plena do ser humano. Convém ressaltar que este conceito é também válido para a ética profissional. Ou seja, Ética profissional é a expressão sobre a atividade produtiva, para dali extrair o conjunto excelente de ações relativas ao modo de produção (PEDROSO, 2013).

Sabe-se, contudo, que a ética é um princípio norteador das ações humanas, tal como prescreve a LDB 9394/96, traduzida por práticas nas quais a ética deverá interrogar sobre a legitimidade destas ações e valores consagrados pela tradição e pelo costume (SILVA, GARCIA; 2013).

### **3 Ética na empresa**

A importância da ética nas empresas cresceu a partir da década de 1980, com a redução das hierarquias e a consequente autonomia dada às pessoas. Os chefes, verdadeiros xerifes até então, já não tinham tanto poder para controlar a atitude de todos, dizer o que era certo ou errado. A disputa por cargos cresceu e, com ela, o desejo de se sobressair a qualquer custo. Assim, nos últimos anos, os escritórios viraram um campo fértil para a desonestidade, a omissão, a má conduta e a mentira. No dia a dia, os sete pecados capitais (luxúria, ira, inveja, gula, preguiça, soberba e avareza) servem como uma espécie de parâmetro para o bom ou mau comportamento em sociedade. No universo corporativo, a falta de ética poderia entrar nessa lista. A maioria das

peças age com honestidade porque quer dormir com a consciência tranquila – ou, então, porque tem medo das consequências, que podem resultar em atos ilegais ou contrários à ética (JACOMINO, 2003).

Segundo Toi e Carmo (2013), ao contrário do que muitos pensam a ética, apesar de ser uma disciplina filosófica, é uma disciplina prática e não teórica como o é a lógica. Quando se observa: ‘Não basta a empresa fazer bem, ela precisa fazer o bem’ – fica clara a realidade objetiva da ética. Ocorre que na maioria das empresas quando as grandes decisões são tomadas a perspectiva ética nunca é utilizada. Os tomadores de decisões, tanto quanto aqueles que as executam, estão sempre preocupados em fazer bem feito. Isso envolve, necessariamente, os aspectos econômicos, financeiros, operacionais e legais, mas nada se questiona quanto à ética.

Durand (2003, p. 81, *apud* IMAP, 2008, p. 7) define ética profissional como sendo “a reflexão sobre as exigências do profissional em sua relação: com o cliente/usuário; com o público; com seus colegas; e com sua corporação, com os demais profissionais”. Souza (2002 *apud* IMAP, 2008, p. 8) também corrobora com a tese de que para ser ético primeiramente é preciso que o homem tome conhecimento de si próprio.

No cenário competitivo e globalizado, esta ética do trabalho cada dia mais se fundamenta nos princípios que regem a lógica do capitalismo na sociedade moderna. Para Comte-Sponville (2005), o capitalismo tenta buscar o que é mais eficiente e mais lucrativo. Segundo o autor, o capitalismo não é moral, ele não funciona para a virtude, para a generosidade ou o para o desinteresse, mas, ao contrário, ele está voltado para o interesse pessoal ou familiar, isto é, o capitalismo funciona para o egoísmo (que faz parte dos direitos do homem), para criar a riqueza (*apud* ARAUJO; TOMEI, 2012).

Somado a isso, devido à pequena mobilidade dos organogramas das empresas, passou-se a uma verdadeira disputa por cargos, na qual prevalecia a famosa “Lei de Gérson”, ou seja, o importante era levar vantagem sobre os outros. Neste quadro, vislumbrou-se a necessidade de estabelecer padrões de comportamento que regulassem as relações no trabalho (QUEIROZ et al., 2008).

As empresas exigem que o indivíduo trabalhe muito e que aceite adiar recompensas e satisfações pessoais e familiares. Por outro lado, encorajam o prazer, a qualidade de vida, a felicidade e o repouso no local de trabalho. Há uma discordância entre a ordem econômica hierárquico-utilitária e a ordem hedonista (LIPOVETSKY, 2006).

As empresas têm buscado oferecer compensações, estimulando o indivíduo a trazer para o cotidiano do trabalho a mesma motivação que utiliza para viver o seu “tempo da vida particular” - praticar esportes, viver em família, ler, estudar, encontrar amigos ou viajar, por exemplo (RIBEIRO, 2009).

Para Souza et al. (2012), dentro da lógica capitalista, a única ética é a ética de mercado, portanto, uma antiética, já que nas relações mercantis os homens são coisas e suas relações coisificadas e coisas não têm sentimentos, não valoram, apenas produzem mais valor. Os indivíduos sociais são suporte para a atividade realizada pelas coisas, daí o fetiche da mercadoria. A ética de mercado é estabelecida mediante uma necessidade imposta pela ética do consumo que, por sua vez, é estabelecida pela ética antiética da produção capitalista.

Algumas organizações implantam 5S, ginástica laboral, endomarketing, programas visando a saúde física e psicológica porque se convencem do retorno que proporcionará. Para Vasconcelos (2004), a humanidade dá coerentes mostras de estar na infância da espiritualidade, suas metas primordiais têm sido de natureza econômico-financeira. E tal opção tem gerado grandes dissabores. As empresas, dado o seu crescente poder, têm, paradoxalmente, se servido do homem ao seu bel-prazer. Elas são os “escravocratas” do presente. A obsessão delas, isto é, dos seus dirigentes, por redução de custos, aumento de lucratividade e retorno sobre os investimentos tem sido danosa para a maioria dos seres humanos. A ordem é: fazer mais com cada vez menos pessoas.

Kotler (2000) relata que ética empresarial transcende o alcance da ética em si e dos profissionais que lidam com ela, indo refletir suas preocupações nos setores produtivos e de marketing das organizações. Dessa forma, a boa ou a má atuação de uma empresa resulta da avaliação de suas características percebidas, ela se baseia nas ações passadas e presentes gerando expectativas quanto às ações futuras, pois, enquanto no capitalismo oligopolista as empresas limitavam sua visibilidade e exposição pública, no atual capitalismo competitivo as empresas procuram se beneficiar da gestão da reputação.

Lima (2014) observa que essas responsabilidades que são inerentes à empresa vão além dos princípios legais, e dos princípios de maximização do lucro, assim como de procedimentos meramente comportamentais, mas podem corresponder igualmente a um desígnio tal como é definido por Paul Ricoeur como “a procura de uma vida boa, com e para os outros em instituições justas”, ou seja, possamos todos viver bem “possa eu, possas tu, possamos nós”, não se restringindo a ética ao bem-estar próprio, ao bem-estar exclusivo da empresa, ou ao seu modo de fazer, mas a um desejo contínuo de melhoria. Numa sociedade em que a partilha seja justa, em que seja “atribuído a cada um a parte que lhe cabe” (*apud* LIMA, 2014). Nesse sentido, a ética de uma empresa pode ter padrões, normas ou expectativas que vão além do cumprimento de leis e regulamentos, sendo esta uma dimensão transversal que perpassa toda a ação da empresa.

A filosofia da ética na empresa está agregada ao fator confiança, princípio substancial nas relações econômicas. Assim, para Lima (2014), confiança é sinônimo de desenvolvimento. Elevados níveis de confiança contrastam com reduzidos níveis de incerteza, o que estimula o agir

e poderá conduzir a empresa a um maior florescimento, não se restringindo apenas ao econômico.

As empresas na busca interminável do retorno financeiro e as metas cada vez mais difíceis, aos altos lucros, tornam-se um terreno fértil à proliferação de comportamentos não-éticos. Estes comportamentos impõem desafios às pessoas e empresas para sua transformação moral e ética, pois se trata de atitudes que resultaram na perda de confiança e respeito, fato que reforçou o caráter individualista e egoísta da sociedade, colocando cada indivíduo na luta pela preservação somente de seu espaço e de seus interesses (CHANLAT, 1992, p. 31).

Para Santos et al. (2009), os seres humanos desde suas origens carregam consigo uma natureza de competidores de modo a procurar obter vantagens sobre o outro. Apesar dessa herança, temos a obrigação de perceber que existe um limite entre as formas de competição e nos meios de obter vantagens, visto que a extrapolação desse limite culmina na exploração de um indivíduo, além da exaustão dos recursos disponíveis, portanto uma conduta não sustentável e antiética. Essa não-ética no Brasil é chamada de “jeitinho brasileiro”, é o principal fator impactante no meio ambiente.

#### **4 Confiança – alicerce da ética**

A empresa é criada e sobrevive por intermédio de trocas, seja interna ou externa, e sem a confiança seria impossível estabelecer essa relação de troca entre empresa e colaboradores.

O filósofo Hobbes (1983) expõem a confiança como a paixão que procede da crença de quem tem uma expectativa de bem, ou de quem espera o bem, tem origem na esperança do sujeito que tem a expectativa constante do bem (*apud* LIMA, 2014). Para Schurr e Ozanne (1985), como a crença de que a palavra ou promessa assumida pela outra parte é credível e este irá cumprir as obrigações do compromisso assumido na relação de troca.

A ideia de confiança organizacional suscitou, portanto, um conjunto interessante de reflexões e hipóteses sobre o papel dos processos relacionados com a confiança no funcionamento das organizações. A que parece ser uma ideia essencial, comum a várias abordagens à confiança organizacional, baseia-se nessa ideia de que uma organização é uma forma de assegurar a cooperação entre pessoas com interesses diferentes. Embora os sistemas de organização do poder e da autoridade assumam na maior parte dos casos o exercício de um poder unitário e coerente, a eficácia desse exercício de poder para assegurar a cooperação é cada vez melhor compreendida como resultante não da coerção pura e dura, mas da aceitação autônoma e, portanto, condicional do exercício desse poder por parte daqueles, cuja necessária cooperação, se procura assegurar, asseguram Keating et al. (2015).

#### **5 Ética na demissão**

Segundo Bittencourt et al. (2012), organizações não possuem um processo de desligamento adequado, ainda é muito pequeno o número de empresas que se importam realmente com essa questão, porém algumas empresas com o objetivo de dar assistência ao funcionário demitido adotaram o pacote de benefícios que o auxilia em suas necessidades básicas logo que é desligado, permitindo que utilize alguns serviços oferecidos pela organização como convênio médico, odontológico e de moradia até seu retorno ao mercado de trabalho. É notório que muitas organizações ainda vivem presas ao passado e não adequaram seus processos de demissão.

As empresas não são apenas lugares de trabalho. São também espaços em que as pessoas desenvolvem laços fortes de amizade, constroem expectativas de futuro, aderem a um imaginário que lhes fala de um projeto comum, ancoram uma parte de sua identidade social, enfim, um sistema que ultrapassa a sua finalidade econômica. A demissão é o ritual que degrada todas essas vinculações. Ela já é por si mesma uma essência cruel para quem está sendo desligado. Não existe nada, além de perversidade e sadismo, que justifique que um chefe ou uma empresa humilhe alguém quando o demite no final do expediente (FREITAS, 2006, p. 23).

Nada justifica ao chamar para desvincular o colaborador, paralelamente alguém retire seu computador e senha, impeça de despedir dos companheiros.

Ao comunicar-lhe o desligamento, seria ético fornecer a ele um *feedback*, comunicar a deficiência que o fez perder o emprego, mas na realidade isso raramente ocorre; mesmo nas multinacionais, prefere-se sempre uma justificativa falsa que convence apenas quem está notificando e nunca o notificado.

## **6 Trabalhador e ética**

Para Pedroso (2003), ética profissional é a expressão sobre a atividade produtiva, para dali extrair o conjunto excelente de ações, relativas ao modo de produção. Atividade produtiva tem hábitos e costumes próprios; tem também acordos que asseguram a produção de justiça mínima no decorrer de seu exercício e constituem ambos o objeto da ética profissional. Enfim, tudo o que se disse sobre moral, lei e ética no âmbito geral da atividade humana aplica-se ao âmbito particular da atividade produtiva.

Em relação ao papel profissional e ao conceito de saúde, estar empregado é um fator que pelo próprio sentido do trabalho traz saúde, se considerarmos apenas que “o trabalho dá ao homem a oportunidade de questionar o seu eu interior e de traçar a sua história, e que com o produto do seu trabalho, ele busca o seu reconhecimento social no meio ambiente onde está inserido” (TRIGO *apud* VASCONCELOS, 2001, p. 78).

Para Gonçalves (2011), a motivação do homem no trabalho, os significados dele para a vida, como reage e interage com os pares, chefes e colaboradores, como busca a interação na cultura própria e no mundo circundante.

Segundo Jordão (2013), agir corretamente hoje não é só uma questão de consciência. É um dos quesitos fundamentais para quem quer ter uma carreira longa e respeitada.

Por qualquer motivo que o ser humano trabalhe, por trás sempre está o dinheiro. Pois é ele que fornece alimentos, moradia, lazer etc. É um erro citar que o dinheiro não é um os principais agentes motivadores (PASQUINI, 2013).

De acordo com Morris (1998), se os funcionários trabalham para manter um clima amigável e harmonioso nas atividades de cada dia, com consistência, respeito, iniciativa e reconhecimento, a experiência de cada um favorece o estabelecimento de uma cultura empresarial ética, pois as pessoas são mais importantes que os produtos. A bondade é o único investimento que sempre recompensa, tanto em termos pessoais como em crescimento geral da organização.

Pasquini e Ribeiro (2010) mencionaram a ética dos trabalhadores em utilizar as ferramentas de qualidade de modo como a empresa ensina; pois ser ético é seguir os padrões sejam eles quais forem. É sabido que determinados colaboradores descobrem jeito melhor, mais rápido ou com mais qualidade e não comunicam o responsável para analisar o método e se realmente for constatado eficiente mudar o padrão e treinar os demais.

Um fato muito encontrado nas empresas é o colaborador fazendo “operação tartaruga”, “corpo mole”, “matando o tempo” ou “enrolando”, se ele não faz, alguém tem de fazer, assim sobrecarregará o colega de trabalho. Comportar-se eticamente vai além de roubar bens materiais ou fraudar a empresa, deixar de executar a função é roubar tempo relacionado a minutos e horas, esses minutos têm um valor para empresa, o custo do funcionário, assim há um roubo de dinheiro.

A felicidade é a finalidade da ética, como disse Aristóteles em *Ética a Nicômaco* (2001). Tratar de ética só tem sentido se for para permitir ao ser humano uma vida feliz. Uma vida baseada na ética significa que a pessoa escolheu valores, hierarquizou-os de acordo com sua filosofia de vida e compreensão do mundo e de si mesmo (PENA, 2007).

## **7 Ética versus Moral**

A ética não pode ser confundida com a moral. A moral é prioritariamente reguladora de valores e comportamentos quando considerados como legítimos por determinada sociedade, povo, religião, ou tradição cultural. A ética é uma reflexão crítica da moralidade. Mas ela não é puramente teoria. A ética é um conjunto de princípios e disposições voltados para a ação, historicamente produzidos, cujo objetivo é balizar as ações humanas. A ética existe como uma referência para os seres humanos em sociedade, de modo que a sociedade possa se tornar cada vez mais humana (IMAP, 2008, p. 2).

Sánches Vázquez (2002) aludi que a palavra moral vem do latim *mos* ou *mores*, que significa “costume” ou “costumes”, no sentido de conjunto de normas adquiridas por hábito. A moral é um sistema de normas, princípios e valores, segundo o qual são regulamentadas as relações mútuas entre os indivíduos ou entre estes e a comunidade, de tal maneira que estas normas, dotadas de um caráter histórico e social, sejam acatadas livre e conscientemente, por uma convicção íntima, e não de uma maneira mecânica, externa ou impessoal.

A moral está relacionada a um sistema de normas que expressam valores, códigos formalizados, conjunto internamente coerente de princípios ou de propósitos socialmente validados, discursos que servem de modelo para as relações sociais e aos comportamentos dos agentes. As questões morais escondem-se em muitas decisões e ações do cotidiano empresarial, ainda que os dirigentes não tenham plena consciência disso. Cada vez mais, a imagem que as empresas gostariam de passar é a de empresas éticas. Isto, na verdade, implica em dizer empresas moralmente inatacáveis, sintonizadas com a moral do tempo e com os costumes vigentes. Por isso, empresas éticas seriam aquelas que subordinam as suas atividades e estratégias a uma prévia reflexão ética e agem de forma socialmente responsável. (SROUR, 2000, p. 73).

De acordo com Goulart (2002), pode-se distinguir a ética do trabalho e a moral do trabalho, como fórmula da dupla essência relacionada aos valores, o que nos permite entender a moral enquanto ideologia de dominação e a ética no trabalho como forma positiva de construção de uma sociabilidade efetivamente humana no interior da organização. Essa possibilidade de uma ética no trabalho pode ser ilustrada através de situações de trabalho como a distinção entre o trabalho prescrito e o real.

## **8 Ética e responsabilidade social**

A ética empresarial tem sido definida como “um conjunto de princípios e padrões morais que orientam o comportamento no mundo dos negócios”, enquanto a responsabilidade social é concebida como “a obrigação que a empresa assume para maximizar os efeitos positivos e minimizar os negativos que ela produz sobre a sociedade” (FERREL et al., 2001).

Ashley et al. (2002) conceituam responsabilidade social como compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. Assim, numa visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

A responsabilidade social é resultado, em grande medida, das críticas que as empresas têm recebido nas últimas décadas nos campos social, ético e econômico por adotarem uma política economicista de mercado (BOEIRA, 2005).

## 9 Ausência da ética

A ausência da ética pode ter-se tornado uma adaptação progressiva do homem perante as condições de vida, tanto para com ele próprio, quanto para com o grupo a que pertence; basta lembrar a crise social, política e econômica que ora assola o mundo, como as diferentes formas de violência contra a criança, os idosos, e a mulher, o preconceito racial, o terrorismo, o egoísmo, as diferenças sociais que podem resultar na ausência de ética. Rodrigues (1994, p.5) afirma que “as pessoas podem fazer aquilo que bem entenderem, ainda assim, estarem vivendo de acordo com padrões éticos, se estiverem prontas a defender e justificar suas ações” (*apud* MISCHIATI; VALENTIM, 2005, 214).

É preciso discutir as questões relativas à ética na atuação profissional [...], objetivando chamar a atenção de profissionais e estudantes, para que reflitam a respeito das questões éticas inerentes à profissão e desenvolvam um novo modo de pensar, observando o contexto global e tendo como ponto de partida as diferentes facetas da profissão, referentes à inseparabilidade do ambiente social, econômico e cultural e como estas se refletem na atuação profissional (MISCHIATI; VALENTIM, 2005, 218).

Concebemos assim que o caráter não proposicional da ética é algo inerente a ela própria, de modo que temos esse fracasso como essência. Fracasso, na medida em que nenhuma teoria ética resolveu ou resolverá todos os nossos dilemas morais, fracasso porque a ética enquanto tentativa de expressar valores, não pode ser redutível a um discurso meramente factual de teorias, regras e imperativos, explana Rocha (2010).

## Considerações Finais

A antropologia expande o olhar da teoria organizacional, que coloca receitas prontas de como deve ser uma equipe ou um líder e promove uma discussão na interface econômica, administrativa, social e relacional, todos fazendo e refazendo a cultura vigente (GONÇALVES, 2011).

A Ética é imprescindível para que as pessoas vivam em harmonia na sociedade, na empresa isso não é diferente, todos devem agir eticamente para que a empresa atinja seus objetivos sem prejudicar os outros, desde o funcionário que limpa o chão até a alta gerência, todos devem pautar suas ações pela ética (FRAGOSO et al., 2012).

Sendo assim, o que é ser ético? Ser ético é seguir os padrões da organização, seguir a política de qualidade, política ambiental, objetivar as metas, a visão, ser altruísta, respeitar os 5S ou mais que houver. Não basta o colaborador estar tranquilo com a consciência pessoal, pois há pessoas capazes de sacudir a moral e ética sem abalar conscientemente.

A Ética é algo importante nas organizações; o fato de as empresas segui-las não significa que se tornaram boazinhas e bem feitoras, mas sim porque a sociedade está mais conscienciosa, e exige mais das empresas, por sua vez exigindo mais de seus fornecedores.

Quando há gestão ética, colaboradores se transformam em parceiros, pois a empresa adquiriu credibilidade. Para solicitar comportamento ético no ponto de trabalho, as empresas devem praticar primeiro.

Com certeza que o Código de Ética, além de necessário, se bem elaborado a partir da incorporação das premissas identificadas neste estudo, pode tornar-se, sem sombra de dúvida, um instrumento que adiciona valor e sucesso às organizações (QUEIROZ et al., 2008).

## Referências

ARAUJO, F. F.; TOMEI, P. A. A ética corporativa e o cenário competitivo: uma análise dos dilemas éticos nas relações de trabalho contemporâneas a partir do filme “O Corte” (Le Couperet). **Rpca**, v. 6, n. 3, 2012. Disponível em: <http://www.uff.br/pae/index.php/pca/article/view/175>. Acessado em: 16/07/2013.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Livro II. Tradução: Mário da Gama Kuriy. 4. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

ARRUDA, M.C.C. **Código de Ética: um instrumento que adiciona valor**. São Paulo: Negócio Editora, 2002.

ASHLEY, P. et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BABA, M. L.; HILL, C. E. What’s in the name Applied Anthropology? An encounter with global practice. In: **The globalization of anthropology**. National Association for the practice of anthropology bulletin, v. 25, 2006.

BITTENCOURT, P. O.; CLEMENTINO, J. C.; PEREIRA JUNIOR, H. R. J. Admissão e demissão na cultura empresarial. **Revista Alumni**, v. 2, maio 2012, ed. Especial. Disponível em: [http://fgh.escoladenegocios.info/revistaalumni/artigos/edEspecialMaio2012/vol2\\_noespecial\\_artigo\\_09.pdf](http://fgh.escoladenegocios.info/revistaalumni/artigos/edEspecialMaio2012/vol2_noespecial_artigo_09.pdf). Acessado em: 19 maio 2015.

BOEIRA, S. Ética empresarial & Capital social: aproximações conceituais. **Interthesis**, v. 2, n. 2, 2005.

CARDOSO SOBRINHO, C. A. C. **Processo de compra de produtos para recém-nascidos na feira hippie de Goiânia-GO: um olhar antropológico**. Dissertação, Universidade Federal de Uberlândia, 135 p., 2012. Disponível em: <http://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/2909/1/ProcessoCompraProdutos.pdf>. Acesso em: 10 maio 2015.

CARVALHO, M. D.; CASTRO, J. D'ARC. B. Estratégias de marketing: sugestões dos clientes para alavancar as vendas na empresa Bella Casa Decorações. **Revista Administração-Ação**, n. 8, 2013. Disponível em: <<http://revistas.unievangelica.edu.br/index.php/administracao/article/view/380/381>. Acessado em: 15 jul. 2013.

CAVEDON, N. R. **Antropologia para administradores**. 2. Ed. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

CHANLAT, J. F. A caminho de uma nova ética das relações nas organizações. **Revista de Administração de Empresas**. FGV-EAESP, v. 32, n. 3, p. 68-73, jul./ago. 1992.

DERBET, G. G. Ética e as novas perspectivas da pesquisa antropológica. **Antropologia e ética: O debate atual no Brasil**. Disponível em: <<http://www.abant.org.br/conteudo/livros/AntropologiaEtica.pdf#page=21>. Acessado em: 21 jul. 2013.

DIFANTE, E., M. O Dever Indireto de Promover a Felicidade Pessoal em Kant. **Conjectura**, Caxias do Sul, v.16, n. 3, set./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/conjectura/article/viewFile/1265/889>.> Acesso em: 19 mar. 2015.

FERREL, FRAEDRICH; FERREL. **Ética empresarial. Dilemas, tomadas de decisões e casos**. 4. ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Ed., 2001.

FRAGOSO, S. A. S.; SILVA, R. L. M. da; ZUMARELLI, A; PERIN, C. L. Análise da ética na empresa Daparé Materiais para construção, Alta Floresta-MT. **REFAF- Revista Eletrônica**, v.1, n. 1, 2012. Disponível em: <<http://refaf.com.br/index.php/refaf/article/view/68/html>. Acessado em: 16 jul. 2013.

FREITAS, M. E. Por uma ética na demissão. **Revista de Administração de Empresas-RAE**, v. 46, n. 1, 2006. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/1551/155115976006.pdf>. Acessado em: 20 jul. 2013.

GONÇAVES, J. D. A teoria da antropologia da saúde e sua contribuição para a saúde relacional nas organizações. **Revista Brasileira de Estudos Interculturais – Ethni**, n. 15, v. 8, 2011. Disponível em: <[http://issuu.com/interbusiness/docs/revista\\_16](http://issuu.com/interbusiness/docs/revista_16). Acessado em: 09 jul. 2013.

GOULART, I. B. **Psicologia organizacional e do trabalho: Teoria, pesquisa e temas correlatos**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2002.

INSTITUTO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA – IMAP. Plano de Desenvolvimento de Competências, Prefeitura Municipal de Curitiba. **Reflexão sobre a Ética e Postura Profissional**. 2008. Disponível em: <[http://www.imap.curitiba.pr.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/218--reflexao\\_sobre\\_a\\_etica\\_e\\_postura\\_profissional%20\(1\).pdf](http://www.imap.curitiba.pr.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/218--reflexao_sobre_a_etica_e_postura_profissional%20(1).pdf)> Acesso em: 17/07/2013.

JACOMINO, D. Você é um profissional ético? **VOCÊ S/A**. São Paulo, n. 25, p. 28-37, jul. 2003.

JORDÃO, S. O comportamento ético nas empresas. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/o-comportamento-etico-nas-empresas/43499/>. Acesso em: 15 jul. 2013.

KEATING, J.; SILVA, I.; VELOSO, A. **Confiança organizacional: teste de um modelo**. Escola de Psicologia, Universidade do Moinho, 2015. Disponível

em:<<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/16476/1/Keating%2c%20Silva%20e%20Velo%2c%202010.pdf>> Acesso em: 22 maio 2015.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. Prentice Hall, São Paulo, 2000.

MISCHIATI, A. C.; VALENTIM, M. L. P. Reflexões sobre a ética e a atuação profissional do bibliotecário. **Transiformação**, v. 17, n. 3, 2005.

LIMA, J. M. R. **A ética na empresa**. Qual o papel da ética na empresa. Dissertação, Universidade Católica Portuguesa. Disponível

em:<[http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/16986/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o\\_Jo%C3%A3o%20Manuel%20Ribeiro%20Lima\\_%C3%89tica%20na%20Empresa.pdf](http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/16986/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Jo%C3%A3o%20Manuel%20Ribeiro%20Lima_%C3%89tica%20na%20Empresa.pdf)> Acesso em: 22 maio 2015.

LIMA, T. C. A.; MIOTO, R. C. T. Procedimento metodológico na construção do conhecimento **científica**: a pesquisa bibliográfica. **Revista Katál**, v. 10, 2007.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumismo. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

MINAYO, M. C.; SANCHES, O. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? **Caderno de Saúde Pública**, n. 9, v. 3, 1993.

MORRIS, T. **A nova alma do negócio**: como a filosofia pode melhorar a produtividade de sua empresa. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

PASQUINI, N. C. Incentivos organizacionais versus um aumento da produtividade e da auto-estima. **Revista Qualidade Emergente**, v. 4, n.1, 2013.

\_\_\_\_\_. Avaliação do uso de ferramentas da qualidade em empresas do setor têxtil instalada na Região do Pólo Têxtil (RPT). **Revista Eletrônica de Administração** (Online), v. 9, n.1, ed. 16, jan.-jun., 2010.

PEDROSO, E. T. Ética na administração. **Revista Lumen**. v. 9, n. 20. Disponível em:<[http://edibertopedroso.com.br/textos/Revista\\_Lumen\\_20.pdf#page=41](http://edibertopedroso.com.br/textos/Revista_Lumen_20.pdf#page=41)> Acesso em: 20 jul. 2013.

PENA, R. P. M. Ética e felicidade. **Cadernos de História**, n. 11, v. 9, 2007.

POLIT, D. F.; BECK, C. T.; HUNGLER, B. P. **Fundamentos de pesquisa em enfermagem**: métodos, avaliação e utilização. Trad. de Ana Thorell. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

PEREIRA, W. **O papel fundamental da antropologia no processo de inovação**. Disponível em: <http://knowledge.othink.com/index.php/inovacao/147-o-papel-fundamental-da-antropologia-no-processo-de-inovacao>. Acessado em: 15 jul. 2013.

QUEIROZ, H. M. G.; DIAS, A. R.; PRADO, T. L. Código de ética: um instrumento que adiciona valor. Estudo comparado em três instituições bancárias. **XXXII Encontro da ANPAD**. 2008.

ROCHA, D. M. O fracasso das teorias éticas: uma análise a partir de Wittgenstein. **Guairacá**, Guarapuava, n. 26, 2010. Disponível em:<<http://web01.unicentro.br/revistas/index.php/guairacara/article/view/1847/1615>> Acesso em: 19 jul. 2013.

RUSSEL, B. **Conhecimento por apresentação e conhecimento por descrição**. Tradução: Companhia Editora Nacional. In. *Misticismo e lógica*. SP: Nacional, 1957(a). p.231-254.

SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A. **Ética**. 23. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

SANTOS, A. S. A.; CAMERA, E. A.; BRASIL, E.; STABILE, L.; AMANTINI, V. Corrupção em seu princípio, seu critério de julgamento nas organizações: demitir ou não? **ETIC – Encontro de iniciação científica**, n. 5, v. 5, 2009. Disponível em: <<http://intertemas.unitoledo.br/revista/index.php/ETIC/article/view/2102/2323>> Acesso em: 21 maio 2015.

SCHURR, P.; OZANNE, J. Influences on exchange processes: buyers' preconceptions of a seller's trustworthiness and bargaining toughness. **Journal of Consumer Research**, n. 4, p. 939-950. 1985.

SILVA, J. U.; GARCIA, N. A. P. Redesenhando uma interlocução entre sistema de informação e ética: um estudo exploratório numa empresa de autopeças. **Revista Científica Hermes**, n. 8, 2013.

SROUR, R. H. **Ética empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SOUZA, M. C. **Humanização das relações de trabalho, tempo de emprego e a ética**. Disponível em: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/topos/article/viewFile/2193/2005>. Acessado em: 10 jul. 2013.

SOUZA, I.; AZEVEDO, R. R. NÓBREGA, C. V. Responsabilidade social como ação cidadã? Desmascarando a rática discursiva de uma nova exigência da ética de mercado. **Revista Labor**, n. 7, v. 1, 2012.

TIAN, R. G. The unique contributions and the methodologies: a concise overview of the applications of business anthropology. In: TIAN, R. G.; ZHOU, D.; VAN, MARREWIJK, A. **Advanced reading in business anthropology**. Toronto: North American Business Press, 2011.

TOI, C. S.; CARMO, E. R. **A importância do comportamento ético nas organizações**. Disponível em: <<http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/IIseminario/trabalhos/A%20import%C3%A2ncia%20do%20comp.%20%C3%A9tico%20nas.....pdf>> Acesso em: 12 jun. 2013.

VASCONCELOS, A. F. A. Qualidade de vida no trabalho: origem, evolução e tendência. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo – ed. 1, jan.- mar 2001. Disponível em: [www.ergonomia.ufpr.br/PB%](http://www.ergonomia.ufpr.br/PB%20). Acesso em: 07 jul. 2013.

VASCONCELOS, A. F. Felicidade no ambiente de trabalho: exame e proposição de algumas variáveis críticas. **Read** – ed. 37, vol. 10, nº. 1, jan.-fev. 2004. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/read/article/view/15459/9140>> Acesso em: 07 jul. 2013.

Recebido em 23/05/2015

Avaliado em 12/08/2015