

**Rogério Bianchi de Araújo**

Imes/Uninove, São Paulo – SP [Brasil]

Numa época em que algumas referências e pilares se perderam, falar sobre ética é quase uma obrigação, daí a urgência de resgatar princípios norteadores de nossas ações. Todavia, num mundo plural e heterogêneo, é difícil estabelecer uma ética universal que possa conduzir todos, por isso a opção por éticas, no plural, para caracterizar o conjunto que deveria a sociedade.

O livro do professor Marculino Camargo tem a ambição de tratar de ética no campo empresarial. Para isso, propõe uma análise de como se instaura ou deveria instaurar-se a ética na empresa. Professor experiente nesse campo, Camargo tem autoridade sobre o tema.

O autor afirma que a empresa é uma criação do ser humano, emana como manifestação do ser social homem, além de ser constituída por um grupo de pessoas.

Não é fácil contextualizar o ser social. Muitos filósofos e pensadores que tratam das teorias sociais afirmam que pensar o ser social significa refletir sobre a condição humana e suas características inatas ou empíricas. Dessas afirmações, é possível inferir que o ser humano é o agente da transformação e não mero coadjuvante, daí a importância de a empresa ver a pessoa não como simples peça de uma engrenagem, mas, sim, como motor de uma estrutura organizacional.

Numa empresa ninguém está isolado. Camargo preocupa-se com a constituição ontológica do ser dentro da empresa e ressalta a prevalência do estar junto ao estar só. Em decorrência disso, o autor estabelece uma rede que deve ser de confiabilidade e solidariedade para tecer um bom entrosamento e proporcionar a construção da convivência humana, de forma sólida e ética.

As relações sociais numa empresa, segundo o autor, possibilitam a construção de amizades e afetividades, numa perspectiva que se aproxima muito da solidariedade orgânica alardeada por Durkheim, para quem a divisão social do trabalho é geradora de relações humanas mais cooperativas e harmônicas.

Para que isso ocorra, é fundamental que os empregados participem das decisões, gerando um ambiente de união e cooperação em que haja cumplicidade entre as partes, de maneira que todos ganhem. Isso pode ser alcançado se a empresa souber trabalhar e identificar as diferenças, respeitando-as e compreendendo-as. Nesse sentido, o desafio a ser atingido em termos éticos é perceber-se como parte de uma equipe na qual, se um indivíduo ganha ou perde, todos ganham ou perdem.

Viver socialmente na empresa, para Camargo, não pode tornar-se um fardo, mas uma condição existencial que personifique uma nova estrutura de ser. As observações do professor clareiam o significado de “vestir a camisa da empresa”. Se ela não articular os canais de diálogo e de convivência com as pessoas, cada vez mais as “camisas” serão queimadas ou rasgadas.

É importante que haja consciência crítica dentro da empresa? Indivíduo crítico ou alienado? É óbvio que uma empresa que prima por bons princípios éticos procura, no funcionário, um ser crítico. A consciência crítica é fundamental para a construção da ética e, se viver em sociedade constitui um preceito da condição humana, a empresa é uma das instituições mais importantes para dar credibilidade e moral à constituição de uma ética. Por isso, a consciência crítica tem como intuito desmascarar as falsas intenções, pois o indivíduo não pode ser visto apenas como fazedor de coisas e objeto daquilo que faz, mas como sujeito de suas ações, ou seja, deve saber por que, como e para que realiza atividades.

A consciência crítica ajuda também a esclarecer a diferença entre discurso e *práxis*, pois a desconexão entre teoria e prática é danosa para o estabelecimento do agir ético. Em outras palavras, entender quando a empresa prega as boas intenções (teoria), mas que sua ação pode ser carregada do ranço autoritário (prática), por exemplo.

Uma questão fundamental levantada nesta obra é que a vivência da ética com consciência

crítica deve sempre pôr o ser humano num primeiro plano, observando suas reais necessidades.

Uma empresa, segundo o autor, precisa criar auto-identidade, estabelecendo uma interiorização de valores, crenças e interesses, ou seja, promover a idéia de pertencimento, uma identidade espiritual que se consolida tanto externa quanto internamente. A identidade da empresa é, portanto, criada com base em três princípios básicos: internalizar, exteriorizar e objetivar. Esse tripé é passível de análise crítica, pois é ele que vai distinguir a ética do lucro a qualquer custo ou a ética construída no dia-a-dia, a partir do espírito crítico dos indivíduos que compõem a empresa.

A legitimidade de uma empresa, assim como sua identidade na sociedade, só se constrói pela ética. A consciência tranqüila e o caminho da virtude dão a merecida credibilidade e confiança a uma instituição. Quanto menos um funcionário de uma empresa internalizar esses valores, maior será o sinal de fraqueza dessa organização. Por outro lado, a internalização se dá quando a instituição estabelece os canais de comunicação numa perspectiva de realização pessoal. O sujeito passa a ser ator e não um receptor passivo das ordenações.

Camargo aponta uma lista de dez valores que, no seu entender, devem ser cultivados para que as pessoas desenvolvam a consciência de uma ética empresarial: justiça, honestidade, liberdade, responsabilidade, respeito, veracidade, confiança, disciplina, solidariedade e espiritualidade. Em seguida, de forma quase religiosa, analisa esses valores e conclui que eles são incorporados às empresas quando as pessoas são contratadas. Defende, portanto, que a ética se constrói a partir do momento que o indivíduo cultiva dentro de si esses valores, e que não é tarefa da empresa desenvolvê-los nas pessoas, mas lembrá-los e relembrá-los constantemente para que se tornem um hábito. Nesse sentido, o diálogo é de vital importância.

Ao seguir na sua reflexão ética, o autor faz uma análise histórica resumida da vivência dos valores, com o intuito de demonstrar como são instrumentalizados em cada momento histórico. Para tanto, seleciona dez situações da história: a filosofia platônica e a Grécia Antiga, o feudalismo e o catolicismo, o capitalismo e o protestantismo, a escravidão no Brasil, a revolução industrial na Inglaterra, os totalitarismos europeus, o neopentecostalismo da Teologia da Prosperidade, a cultura popular, a globaliza-

ção e os pecados organizacionais. O objetivo de Camargo é explicar como os determinismos, ao longo dos séculos, impuseram uma ética inquestionável, portanto dogmática, legitimando as diferenças de toda ordem.

O levantamento desses dez momentos é crucial nesta obra. Embora cada um desses temas tenha exigido um esforço gigantesco de análise, não poderiam deixar de ser mencionados para estruturar a sua obra, pois a ética não se constrói num estalar de dedos. A própria empresa está encravada em um determinado momento histórico, e a construção de sua ética demanda um esforço para a compreensão crítica do momento vivido, de modo que não se circunscreva à lógica da instrumentalização que norteia o comportamento humano.

A ética empresarial acaba envolvida por dois momentos completamente distintos: de um lado, uma ética empresarial mecanicista, utilitarista, pragmatista e imediatista e, de outro, a ética a ser construída e proposta por Camargo: a ética personalista de dignidade.

Essa necessidade será satisfeita desde que se fundamente a ética com base em outros paradigmas que não o da ética instrumentalizada pela economia. Isso é possível? Neste trabalho, Camargo vislumbra um horizonte utópico. Para ele, utopia e ética caminham juntas. Não uma utopia de senso comum do irrealizável, mas no sentido filosófico de seu conceito, ou seja, o não realizado, mas realizável. Isso é que configura o horizonte utópico e necessário para a empresa e para a vida. A fórmula é simples, mas sua aplicação, complexa. Faz-se necessário resgatar a idéia de ética na essência, associada ao *ethos* dos gregos, a casa do ser. O que está em jogo é o resgate da essência da vida humana em sua plenitude e em todas as dimensões, pois a dignidade humana é o único valor absoluto e fundamental. Ser consciente dos reais valores humanos é preceito básico para o estabelecimento da ética empresarial proposta pelo autor.

Numa época em que o individualismo é apregoadado como o elixir da existência duradoura, obras como a de Camargo são muito bem-vindas para manter vivas as esperanças de um melhor ordenamento e relacionamento social, que nos levem não à felicidade eterna, mas a graus de respeitabilidade e sociabilidade mais coerentes e dignificantes.