

RESPONSABILIDADE SOCIAL E ÉTICA ORGANIZACIONAL

2011

Paulo Alexandre Simões Ernesto

Mestrando em Psicologia Social e Organizacional
no Instituto Superior de Línguas e Administração (Portugal)

Email:

pauloernesto@hotmail.com

RESUMO

A relação entre a responsabilidade social empresarial e a ética organizacional tem sido objecto de uma elevada exploração conceptual. A Comissão da Comunidades Europeias (2001), atribuiu particular destaque a este tema e concluiu que a responsabilidade social empresarial deve ser considerada como um investimento, e não como um encargo. Nesse sentido, com o presente trabalho pretende-se realizar uma revisão da literatura relativamente a esta temática, de onde se salienta a responsabilidade social empresarial no início deste novo milénio (Weiser e Zadek, 2000); algumas das teorias actuais (Garriga e Melé, 2004) e um estudo recente em contexto académico (Baker e Comer, 2012), que permitiu aumentar a capacidade dos alunos para identificar as questões éticas. No final apresenta-se um conjunto de estratégias que podem servir de modelo para aplicação prática onde a responsabilidade social empresarial e a ética organizacional ocupam lugar de destaque na realização e satisfação das exigentes necessidades colectivas e particulares.

Palavras-chave: Responsabilidade social empresarial, ética organizacional, desempenho económico

INTRODUÇÃO

A responsabilidade social das empresas tem sido, nas últimas décadas, a par da ética organizacional, uma das dimensões da actuação empresarial a que os gestores cada vez mais prestam atenção e que a sociedade deseja que surjam outras preocupações para além dos

interesses económicos (Almeida, 2010). Nesse sentido a Comissão das Comunidades Europeias (2001), atribuiu particular destaque à responsabilidade das empresas, e concluiu que estas devem assumir comportamentos socialmente responsáveis, não podendo, no entanto, ignorar que o seu fim último – que legitima e sustenta a sua existência – é a criação de riqueza para os investidores.

No presente trabalho pretende-se reflectir sobre algumas das questões associadas a esta problemática. Para tal, inicialmente realizar-se-á um breve enquadramento histórico do conceito de responsabilidade social das empresas, analisam-se algumas das teorias e diferentes abordagens à luz da literatura existente. Seguidamente, propõe-se uma breve exploração da ética organizacional e a implicação prática que resulta da relação entre ética organizacional e responsabilidade social empresarial.

A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS

O conceito de responsabilidade social das empresas tem uma história extensa e diversa. Na década de setenta multiplicaram-se as definições e as abordagens da responsabilidade social empresarial. Davis (1973), definiu a responsabilidade social empresarial como a consideração e resposta das empresas a questões que ultrapassam os seus aspectos económicos, técnicos e legais. Seguidamente, Carroll (1979), propõe quatro responsabilidades inerentes ao desempenho social da empresa: económica, legal, ética e discricionária (filantrópica). Na década de oitenta surgiram menos definições, mas mais aplicações, estudos empíricos e temas alternativos. Um dos principais desenvolvimentos deve-se a “Drucker (1984), que defendeu a ideia de que a rentabilidade e a responsabilidade são noções complementares, bem como, a ideia de que é desejável para os negócios a conversão das responsabilidades sociais em oportunidades de negócio. No entanto, seria Archie Carroll (1999), a lembrar que a era moderna da responsabilidade social empresarial começa em 1953, com a publicação do livro “*Social responsibilities of the businessman*”, de Howard Bowen, ao questionar qual a responsabilidade esperada, no homem de negócios, perante a sociedade, criando deste modo o início do actual paradigma empresarial. Ainda o mesmo autor, afirma que a vertente económica tem que estar intrinsecamente associada à responsabilidade social empresarial, já que a viabilidade económica é algo que contribui positivamente para a sociedade.

Já no início do novo milénio (Weiser & Zadek, 2000), intensificou o estudo sobre a performance das empresas numa perspectiva comparada, defendendo que as empresas que possuem uma orientação balanceada em todos os seus *stakeholders*, conseguem ter performances melhores do que aquelas empresas que unicamente têm o seu foco no retorno aos accionistas.

A responsabilidade social das empresas nem sempre se apresenta como consensual. Algumas abordagens vão no sentido da consciência social. Outras encaram-na como uma espécie de dever fiduciário que impõe padrões de comportamento mais elevados nos negócios do que nos

cidadãos em geral (Cunha, Pina, Rego & Cabral, 2007). Outros ainda, fazem depender a responsabilidade social empresarial do modelo de gestão seguido, tal como apresentou Almeida e Sobral (2007), ao concluir que os gestores conservadores apresentam maior resistência ao desenvolvimento de laços com o meio envolvente, sugerindo como explicação os possíveis índices de aversão ao risco e incerteza característico deste género de gestão.

A evolução registada na ideia e nas práticas de responsabilidade social tem acompanhado um progressivo processo de mudança das sociedades e dos mercados, alicerçado na observação de que as sociedades ocidentais iniciaram há 50 anos uma ruptura de paradigma político com consequências fundamentais, especialmente no domínio social, económico e tecnológico (Rocha, 2010).

A solidez e sustentabilidade futura das empresas socialmente responsáveis são exemplificadas por Kaplan e Grossman (2010), ao constatarem que as empresas sem fins lucrativos, raramente faliam. Mesmo em momentos de crise apresentavam maior resistência face às grandes empresas americanas.

Semelhante conclusão foi publicada por Carvalho (2011), ferindo-se à realidade das empresas portuguesas deste género como bastante resistentes às contingências actuais, apesar das inúmeras dificuldades. Refere o autor o exemplo de uma empresa não-lucrativa, bastante conhecida, após declarar a falência gerou um movimento nacional de solidariedade que lhe permitiu arrecadar um montante significativo, e com isso continuar a sua actividade.

Neste contexto e nesta linha de evolução, a responsabilidade social empresarial distancia-se da ideia mais periférica de ser apenas um conjunto de práticas sociais e assume-se cada vez mais como um corpo coerente de linhas de acção estratégicas, essenciais para, nas novas e complexas condições sociológicas, ambientais e de mercado, se constituir como um sólido factor de alavancagem sustentável (Ceitil & Rodrigues, 2011).

Teorias de Responsabilidade Social

Os diferentes posicionamentos, quanto ao grau de intervenção que a empresa deve exercer na sociedade, são visíveis quando se analisam as várias correntes de pensamento que têm surgido ao longo dos anos (Garriga & Melé, 2004). Estes autores agruparam as principais teorias de responsabilidade social empresarial em quatro teorias: instrumental, política, integrativa e ética.

A teoria instrumental focaliza a realização de objectivos económicos, através de actividades sociais. As acções socialmente responsáveis são um instrumento para a melhoria da reputação da empresa, podendo aumentar os seus clientes e, assim, melhorar a rentabilidade.

Seguidamente, na teoria política, focaliza-se o poder social das empresas nas relações com a sociedade e desse modo passam a ter capacidade para influenciar o equilíbrio de mercado. Existe um contrato social implícito entre as empresas e as comunidades em que estão inseridas.

A teoria integrativa focaliza a ideia de que as empresas dependem da sociedade para sua existência, continuidade e crescimento. Assim, o desempenho social é considerado o suporte para que as empresas obtenham alguma legitimidade e prestígio, integrando nas suas decisões os valores e exigências da sociedade. Por último, a teoria ética tem como base os princípios éticos que as empresas devem cumprir, independentemente dos efeitos económicos que daí podem advir. Englobam quatro correntes: i) - teoria normativa dos *stakeholders*; ii) - direitos universais; iii) - desenvolvimento sustentável e iv) - o bem comum. Pelo valor associado a cada uma destas correntes, salienta-se a ideia de promoção do bem colectivo.

Para além dos modelos teóricos, uma outra área de exploração da responsabilidade social empresarial pode ser representado por Vogel (2006), em que o relacionamento entre as empresas e os governos tem de ser reexaminado a fim de melhorar o bem-estar público. O controlo efectivo e a criação de novas normas de regulamentação, bem como a atribuição de prémios sobre boas práticas empresariais, devem ser aplicados pelos governos e apoiados pelas empresas.

ÉTICA ORGANIZACIONAL

Desde meados do século XX, à medida que as empresas foram adquirindo um papel central na sociedade, cresceram igualmente as preocupações com os múltiplos impactos da sua conduta (Nicholson, 1994).

Nos últimos anos, o tema alcançou uma posição proeminente nas políticas e na gestão de imagem das organizações, assim como nos interesses dos investigadores. Esta mudança pode ser mesmo considerada uma das mais significativas ocorridas na gestão nas últimas décadas, embora a área do saber ainda seja, teoricamente, pouco consistente (Almeida, 2007).

A ausência da ética organizacional tem, contudo, revelado custos elevados. Os comportamentos não éticos podem ter um considerável impacto negativo no desempenho dos empregados e nos resultados da empresa, estando na origem de acidentes e processos de falência, sendo a Enron o caso, porventura, que melhor o exemplifique (Sims & Brinkmann, 2003). Ainda enfatizando a dinâmica interna das organizações Armenakis, Credo, Feild e Young (2010), defendem que as mesmas devem prestar especial atenção à qualidade das interacções éticas entre líderes e subordinados das organizações. No entanto Kilpi, Stolt, Suhonen e Virtanen (2011), realizaram um estudo empírico sobre Ética nas organizações e concluíram que existe alguma indefinição quanto à natureza das interacções éticas e lançam o apelo no sentido de uma maior

clareza conceptual em torno de um novo quadro teórico que acompanhe a dimensão dos contextos organizacionais.

Como resultado dessa subjectividade, a conduta ética, em contexto organizacional, carece de uma interacção justa entre os elementos de uma organização, contribuindo definitivamente para um clima favorável que consiga envolver a presença individual e colectiva (Rhodes & Ledema, 2010).

Não são apenas as organizações privadas a ser alvo do interesse dos autores. As instituições públicas e políticas surgem igualmente como alvos de interesse como demonstra Adams e Balfour (2010). Os desafios éticos criados pelos mercados, são directamente afectados pela capacidade dos governos garantirem, pela oferta dos serviços públicos prestados, a adesão a um conjunto de práticas e valores colectivos. Concluem estes autores, propondo uma tipologia ética organizacional em forma de matriz, de acordo com a posição relativa da organização sobre duas dimensões de conformidade e responsabilidade social.

A ética organizacional abrange tantas abordagens como o contexto dos autores que as apresentem. Longe das referências ocidentais, o tema desperta igualmente o interesse dos estudiosos asiáticos, cumprindo o destino universal anteriormente mencionado. Nesse sentido Kim, Choi, Chun e Shin (2011), enfatizaram os mecanismos intermédios das organizações para explicar a relação entre a ética organizacional e o desempenho financeiro. Os processos internos organizacionais devem ser construídos com base no compromisso colectivo que conduza a comportamentos de cidadania. Concluem estes autores, enfatizando a existência de micro-processos organizacionais como preditores do desempenho empresarial, contribuindo para a reputação nas relações externas.

A ética organizacional pode ainda ser abordada à luz de valores individuais em oposição a valores comuns. Os valores que definem a ética nas organizações residem na crença duradoura em que se transformam, levando à preferência individual de uma conduta em detrimento de outra (Brown, Nielsen & Nykodym, 2011). Defendem estes autores que falar de ética nas organizações, é abordar o assunto de duas formas possíveis: a abordagem individualista e a que poderia ser chamado de abordagem comum. Cada abordagem incorpora uma visão diferente da responsabilidade moral e uma visão diferente dos tipos de princípios éticos que devem ser usados para resolver problemas éticos. Na abordagem comum os indivíduos são definidos como membros de comunidades que são parcialmente responsáveis pelo comportamento dos seus membros. Brown, Nielsen e Nykodym (2011), concluem deste modo que para compreender e mudar o comportamento de um indivíduo há que entender e tentar mudar as comunidades a que pertencem.

A eficácia da ética organizacional depende, como foi referido, da abordagem que se adopta como aplicação prática do modelo teórico. Desse modo Baker e Comer (2012), defendem um modelo preventivo de boas práticas organizacionais. Estes autores construíram um exercício

experimental para aumentar nos alunos a capacidade de melhor identificar as questões éticas e responder eficazmente à relação entre factores organizacionais e à acção ética. Através de exemplos da experiência dos próprios alunos atribuí-se particular relevância à discussão das questões éticas nos negócios.

Actualmente, o maior desafio nas discussões sobre ética nas organizações é encontrar estratégias em que as organizações podem ser projectadas para promover os interesses de ambos e talvez por isso mesmo a ausência de critérios permite, uma vez mais, a adopção de medidas avulsas, sem regulamentação. Apesar de ter vindo a aumentar a literatura disponível em ética empresarial, continua por criar uma estrutura padrão conceptual que incorpore uma definição uniforme de um código de consenso. (Messikomer & Cirka, 2010).

Teorias de Ética Organizacional

De modo a operar um conhecimento mais aprofundado sobre a ética organizacional, apresentam-se, ainda que superficialmente, algumas das correntes defendidas.

Hoffman e More (1990) identificam três orientações éticas que englobam as estratégias possíveis que os gestores empresariais podem aplicar: o relativismo ético; a ética dos princípios universais e o consequencialismo. Relativamente a este último, Boathright (2003) englobou-o num modelo geral ao que pertencem ainda outras perspectivas utilitaristas: i) - consequencialismo- o valor moral da acção é definido pelas consequências produzidas; ii) - maximização da utilidade - a acção correcta maximiza a utilidade, alcançando o equilíbrio favorável nos resultados; iii) - hedonismo- a utilidade é identificada com o prazer individual; iv) - universalismo- a avaliação das acções considera as consequências para todos e v) - intencionalidade- a validade da acção depende da intenção e do resultado alcançado.

A teoria utilitarista considera que a ética dos actos deve ter em conta a existência de outras dimensões da vida humana com valor intrínseco, tais como o conhecimento, a amizade, a saúde ou a beleza. Embora os utilitaristas hedonistas argumentem que estes valores conduzem ao prazer e à felicidade, é discutível se a sua utilidade poderá ser fielmente traduzida apenas pelo prazer ou satisfação que geram (Cording, Donaldson & Werhane, 2002).

Recentemente, a adaptação da doutrina aos modelos modernos da teoria económica proporcionou a emergência de um utilitarismo baseado na maximização das preferências individuais. Apesar de registar uma adesão significativa, esta proposta alerta para o perigo de prevalecerem preferências inaceitáveis, embora os seus defensores argumentem que apenas são válidas as preferências que não contrariem os objetivos maiores do utilitarismo, ou seja, o máximo bem-estar público (Beauchamp & Bowie, 2004).

CONCLUSÃO

Os responsáveis organizacionais, particularmente aqueles que ocupam lugares de intervenção estratégica, estão frequentemente expostos a pressões éticas consideráveis decorrentes dos impactos que as suas decisões podem ter nos trabalhadores, nos clientes, no mercado, na comunidade em geral ou no meio ambiente (Watson, 2003). As suas decisões e a sua atitude perante os conflitos de interesse que envolvam valores morais influenciam o clima ético da organização, o comportamento dos trabalhadores e a forma como eles se comportam e se relacionam entre si e com a empresa (Bews e Rossouw, 2002). A postura ética dos gestores e o clima ético da organização podem estimular ou reprimir o desenvolvimento de uma política social activa, reflectindo-se no desempenho real e percebido da empresa.

A criação de um clima ético nas empresas tem conduzido a algumas respostas pautadas por várias acções, designadamente: criação de departamentos de responsabilidade social, códigos éticos, comités de ética, acções de filantropia, políticas ambientais e de desenvolvimento sustentável.

Com a presente revisão teórica pretendi contribuir para o debate em torno da ética empresarial e dos seus determinantes, enquanto tema que preocupa empresários e cidadãos à escala global. Foi, igualmente, meu objetivo encontrar uma relação entre os referenciais culturais e as preocupações sociais reveladas pelas práticas empresariais.

As questões éticas, as problemáticas ambientais e as preocupações sociais são hoje temas centrais no debate político, social e empresarial. Este trabalho é fruto dessas preocupações, ao mesmo tempo que pretende ser uma contribuição modesta mas determinada para a amplificação do debate urgente em torno destas temáticas. A responsabilidade social empresarial e a ética organizacional pode, e deve, constituir um quadro de referência, não apenas para as empresas como para a sociedade em geral.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adams, G., Balfour, D. (2010). Market-Based Government and the Decline of Organizational Ethics. *Administration & Society*, 42 (6), 615-637.

Almeida, F., Sobral, F. (2007). A influência dos valores culturais na responsabilidade social das empresas. *Revista portuguesa e brasileira de gestão*, 6 (3), 51-61.

Almeida, F. (2007). Ética e Desempenho Social das Organizações: um Modelo Teórico de Análise dos Factores Culturais e Contextuais. *RAC*, 11 (3), 105-125.

Armenakis, A., Credo, K., Field, H. , Young, R. (2010). Workplace Safety. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 17, (4) 325-334.

Baker, S., Comer, D. (2012). An experimental exercise to develop students ability to identify and respond to ethical issues in business, *Journal of Management education*, 36 (1), 95-125.

Barry, N. (2000). Controversy: Do Corporations Have Any Responsibility Beyond Making a Profit? *Journal of Market & Morality*, 3 (1), 100-107.

Bews, N. F., Rossouw, G. J. (2002). A role for business ethics in facilitating trustworthiness. *Journal of Business Ethics*, 39 (4), 377-390.

Boatright, J. (2003). *Ethics and the Conduct of Business*. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall.

Brown, D. J.; Nielsen, W. R., Nykodym, N. (2011). Ethics and Organizational Change. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 29 (1), 82-93.

Carroll, A.B. (1979). A three dimensional conceptual model of corporate social performance, *Academy of Management Review*, 4, 497-505.

Carroll, A.B. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct, *Business and Society*, 38, (3), 268-295.

Carvalho, J. (2011). Responsabilidade social em tempos de crise. *Recursos humanos magazine*, 74, 32.

Ceitel, M., Rodrigues, J. (2011). Responsabilidade social corporativa. *Recursos humanos magazine*, 74, 20-25.

Choi, J. N., Chun, J. S., Kim, M. S., Shin, Y. (2011) How Does Corporate Ethics Contribute to Firm Financial Performance? *Journal of Management*. doi: 10.1177/0149206311419662

Cirka, C. & Messikomer, C. (2010). Constructing a Code of Ethics: An Experiential Case of a National Professional Organization, *Journal of Business Ethics* 95, 55–71.

Comissão das Comunidades Europeias (2001). Livro Verde - *Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*. Bruxelas.

Cunha, M. P., Rego, A., Cunha, R. C. & Cardoso, C. C. (2007). *Manual de Comportamento Organizacional e Gestão*; 6ª ed. RH Editores, Lisboa.

Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Review*, 16 (2), 312-322.

Donaldson, T., Werhane, P. , Cording, M. (2002). *Ethical Issues in Business: a philosophical approach*, 7th ed. New Jersey: Prentice Hall.

Drucker, P. F. (1984). Converting Social Problems into Business Opportunities: The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*. 26 (1), 53-63.

Garriga, E., Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: mapping the territory, *Journal of business Ethics*, 53, 54-71.

Hoffman, W., Moore, J. (1990). *Business Ethics: readings and cases in corporate morality*. New York: McGraw-Hill.

Kaplan, R., Grossman, A. (2010). The Emerging Capital Market for Nonprofits, *Harvard Business Review*.

Ledema, R., Rhodes, C. (2010). The Undecided Space of Ethics in Organizational Surveillance, *Organization Studies*, University of Technology Sydney, Australia, (31) 199-217.

Nicholson, N. (1994). Ethics in organizations: A framework for theory and research, *Journal of business Ethics*, 13 (8), 581-596.

Rocha, A. (2010). *Ética, Deontologia e Responsabilidade Social*. Porto: Editorial, SA.

Vogel, D. (2006). *The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility*. (1st ed.) Washington DC: Brookings Institution Press.

Sim, R. R., Brinkmann, J. (2003). Eron ethics. *Journal of Business Ethics*, 45 (3), 245-256.

Suhonen, R., Stolt, M., Virtanen, H., Leino-Kilpi, H. (2011). Organizational ethics: A literature review, *Nurs Ethics*, 18 (3), 285-303.

Watson, T. (2003). Ethical Choice in Managerial Work: the scope for moral choices in an ethically irrational world. *Human Relations*, 56, (2), 167-185.

Weiser, J., Zadek, S. (2000), *Conversations with Disbelievers: Persuading Companies to Address Social Challenges*. Ford Foundation, New York: NY.