



**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM FILOSOFIA**  
**MESTRADO EM FILOSOFIA**

**CRISTIAM BALDISSERA DE OLIVEIRA**

**O PADRÃO ÉTICO SATISFATÓRIO DE UM NEGÓCIO**

**CAXIAS DO SUL**

**2013**

**CRISTIAM BALDISSERA DE OLIVEIRA**

**O PADRÃO ÉTICO SATISFATÓRIO DE UM NEGÓCIO**

Dissertação apresentada como requisito final para obtenção do grau de Mestre em Filosofia na linha de pesquisa Problemas interdisciplinares de Ética do Programa de Pós-Graduação em Filosofia da Universidade de Caxias do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Jayme Paviani

**CAXIAS DO SUL**

**2013**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Universidade de Caxias do Sul  
UCS - BICE - Processamento Técnico

O48p Oliveira, Cristiam Baldissera  
O padrão ético satisfatório de um negócio / Cristiam Baldissera de  
Oliveira. – 2013.  
86 f. ; 30 cm

Apresenta bibliografia.  
Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa  
de Pós-Graduação em Filosofia, 2013.  
Orientador: Prof. Dr. Jayme Paviani.

1. Ética. 2. Ética empresarial. 3. Virtudes. 4. Utilitarismo. I. Título.

CDU 2. ed. : 17

Índice para o catálogo sistemático:

1. Ética	17
2. Ética empresarial	174.4
3. Virtudes	179.9
4. Utilitarismo	17.036.2

Catalogação na fonte elaborada pela bibliotecária  
Ana Guimarães Pereira – CRB 10/1460



UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

*“O padrão ético satisfatório de um negócio”*

Cristiam Baldissera de Oliveira

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pela Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Filosofia da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Filosofia. Linha de Pesquisa: Problemas Interdisciplinares de Ética.

Caxias do Sul, 17 de outubro de 2013.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Jayme Paviani (orientador)  
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. André Brayner de Farias  
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Leonardo da Rocha de Souza  
Faculdade de Tecnologia

**CIDADE UNIVERSITÁRIA**

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 – B. Petrópolis – CEP 95070-560 – Caxias do Sul – RS – Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 – CEP 95020-972 – Caxias do Sul – RS – Brasil

Telefone / Telefax (54) 3218 2100 – www.ucs.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul – CNPJ 88 648 761/0001-03 – CGCTE 029/0089530

## DEDICATÓRIA

À minha dinda Sirlei, que desde embalar-me em seus braços na mais tenra idade se-  
lou uma relação marcada pelo carinho, e demonstrou ao longo do convívio que cada ato ou  
mesmo um simples olhar devem produzir e compartilhar afeto.

Ao meu pai Luiz Carlos por ter sido sempre um exemplo de empreendedor entusias-  
mado, fonte de otimismo e persistência, e, especialmente, por ter sido o primeiro a mostrar-  
me as razões de escolher e fazer a coisa certa.

À minha companheira Andréia pelo apoio incondicional, o interesse em discutir os  
dilemas, a paciência e compreensão nas horas de dedicação à pesquisa, e pelas sempre cari-  
nhosas palavras de incentivo.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao caríssimo orientador Prof. Jayme Paviani pela sempre cordial atenção e disponibilidade, suporte incondicional e abordagens inspiradoras.

Aos professores que empreenderam a amplíssima tarefa de cuidar do crescimento e desenvolvimento do amor pelo saber que me atrevi a alimentar.

A coordenação do PPG-Fil por acolher minha proposta de pesquisa e incentivar-me permanentemente na busca de conhecimento e perguntas desafiadoras.

Aos colegas que compartilharam ideias, dúvidas e esperanças, construindo um convívio prolífico, repleto de respeito e amizade.

Aos meus alunos que proporcionaram as perguntas que me levaram ao caminho do aprender duas vezes, de tornar-me professor.

Aos familiares e amigos que independente de compreender meu empreendimento, sempre proveram palavras de apoio e incentivo.

*“Tente mover o mundo - o primeiro  
passo será mover a si mesmo.”*

***Platão***

## RESUMO

Ganhar a vida para uma sobrevivência minimamente digna ou voltada à busca da opulência ou luxo depende, em geral, da realização de negócios. Não obstante sua posição basilar à existência humana, negócios são fontes de grande preconceito e são, em geral, mais reconhecidos pelos escândalos envolvendo abusos e corrupção. Essa dissertação coloca por objetivo a reflexão sobre o padrão ético satisfatório de um negócio e propõe a análise de questões como: o que é um negócio? Há um propósito moral nos negócios? Qual é o negócio justo e bom? Pretende-se assim, fornecer elementos que colaborem com esse processo reflexivo, seja para os negócios pessoais, particulares, seja para desenho e gestão de organizações. No presente trabalho aborda-se também, o conceito de negócio identificando seus valores éticos, além dos econômicos e do ambiente que estão inseridos, procurando a ampliação do entendimento de seu papel ético na existência humana e nas diferentes práticas econômicas. Busca-se nas teorias utilitarista de Jeremy Bentham e na ética das virtudes de Aristóteles, o apoio necessário para examinar a ética nos negócios, abordando a responsabilidade social dos negócios através da apreciação da teoria das partes interessadas de R. Edward Freeman e suas críticas. Investiga-se as condições que permitam afirmar que um negócio foi realizado dentro de um padrão ético satisfatório e pretende-se, assim, contribuir, sob o ponto de vista social, introduzindo a conduta ética e os valores morais na realização dos negócios como uma modalidade de melhoria da vida em sociedade, e do bem-estar dos indivíduos. Ainda, sob o ponto de vista científico, acrescentam-se contribuições teóricas para que a ética seja considerada elemento determinante nas relações comerciais.

**Palavras-chave:** Ética aplicada. Ética das virtudes. Ética nos negócios. Responsabilidade social dos negócios. Utilitarismo.

## ABSTRACT

Making money for a decent living or doing it in an opulent and wealthy way depends, in general, on doing business, and despite its basic and fundamental position to human existence, business attracts great prejudice and achieves major recognition by scandals involving abuse and corruption. This dissertation aims to promote close reflection on a satisfactory ethical business standard and proposes the analysis of issues such as: What is business? There is a moral purpose in business? What is a good and fair deal? Thus provides elements that collaborate with this reflective process whether for private business or management of organizations. Addresses the business concept identifying its ethical values in addition to economic and environmental ones and makes an effort to expand understanding of its ethical role in human existence through different economic practices. This dissertation finds on ethical theories as Jeremy Bentham's Utilitarianism and Aristotle's Virtue Ethics, the necessary support to examine the Business Ethics. Addresses the Business Social Responsibility through studies on R. Edward Freeman's Stakeholder Theory of Modern Corporation and its criticism. It investigates the conditions for claiming that a business was done in a satisfactory ethical standard. It offers consistent social benefit of approaching ethical and moral values to all our dealings as a way to improve the social relations and the welfare of individuals. Also adds theoretical contributions to Ethics positioning it as a crucial element to trade relations.

**Keywords:** Applied Ethics. Business Ethics. Business Social Responsibility. Utilitarianism. Virtue Ethics.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2 UTILITARISMO DE MERCADO .....</b>	<b>17</b>
2.1 UTILITARISMO: MAIOR FELICIDADE PARA O MAIOR NÚMERO .....	19
2.2 CÁLCULO DE CUSTO E BENEFÍCIO .....	25
<b>3 EGOÍSMO ECONÔMICO E VIRTUDES .....</b>	<b>28</b>
3.1 NEGÓCIOS E SALVAÇÃO.....	30
3.2 LEI NATURAL DO AUTOINTERESSE.....	33
3.3 MERCADO INSTÂNCIA DA VERDADE.....	42
3.4 PROSPERIDADE E VIRTUDES .....	49
<b>4 RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS NEGÓCIOS.....</b>	<b>55</b>
4.1 PADRÃO ÉTICO NA TEORIA DOS STAKEHOLDERS .....	56
4.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL AUMENTAR LUCROS .....	69
4.3 A ÉTICA DA INTERDEPENDÊNCIA.....	73
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>77</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>82</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação foi elaborada conforme o regulamento do Programa de Pós-Graduação em Filosofia da Universidade de Caxias do Sul e enquadrada em sua linha de pesquisa Problemas interdisciplinares de Ética. Os textos aqui reproduzidos tratam de ética e de negócios, do encontro possível de ambos e de ética nos negócios.

Pretende-se aqui, especular sobre valores, porém um especular que não trata da busca e identificação de oportunidades de mercado, de meios para ganhar mais, do tráfico de produtos ou influência, ou ludibriar em uma transação comercial. Embora esses exemplos de especulação apareçam nas discussões ao tratar de ética nos negócios, o foco aqui será especular num sentido anterior da palavra, como surgida na Grécia. Pretende-se o especular significando examinar, perguntar, procurar conhecer e compreender teoricamente esse tema. Longe da especulação monetária, a diligência dessa pesquisa dirige-se aos valores que orientam a escolha do bom e do justo, a busca da ação certa a fazer, da ética.

A pergunta inspiradora inaugurada pelos clássicos impulsiona rumo aos padrões de comportamento, as guias para as escolhas, as regras do agir perfeito, razoável, bom. O agir que induz a situação agradável ao corpo e ao espírito, que manifesta o favorável, que produz abundância e tranquilidade, que exita com boa ventura. Enfim, o agir que promove o bem-estar, a prosperidade, o bem, o agir que move na direção da boa vida, a qual vale a pena ser vivida.

Falar em ética, em promoção do bem e da felicidade, faz saltar à memória o papel da consciência e dos sentimentos que auxiliam nas escolhas, a voz interior que manifesta as impressões sobre o certo e o errado, o elemento íntimo que orienta sobre o melhor curso de ação. Entretanto, ética não é somente isso, de fato, algo mais é preciso, pois ela conta com as impressões e percepção sensoriais, bem como com intuição e opiniões, mas as transcende em termos intelectuais, racionais e práticos de como as escolhas pessoais afetam os outros. O ato ético não descende de crenças e opiniões, visto que é o ato que emana da análise racional, do pensar com cuidado, do considerar conceitos precisos e regras universais que promovam o bem.

Ética confunde-se facilmente com religião, mas não há ligação direta entre ética e religião. As religiões podem, e geralmente oferecem leis e guias de como agir moralmente, incluem em seus credos as virtudes que devem ser cultivadas pelos seguidores. Já seus sistemas morais derivam geralmente do divino, pois sua adesão depende da fé e sua extensão não con-

segue romper o limite da crença e dos crentes, podendo tornar-se inválida aos que não compartilham. Além disso, as religiões não abrangem, nem dão conta de todas as questões que surgem ao se falar de ética.

Ética não é seguir a lei, pelo menos não é apenas segui-la, pois muitas vezes é preciso lutar por sua alteração. É evidente que a lei deve refletir os valores éticos prezados pela sociedade, garantindo a ela, as condições necessárias à boa vida. Entretanto, às vezes, ferem-se padrões que deveriam ser amplamente defendidos, e nem sempre é possível atender casos muitos específicos, situações particulares ou difíceis de retratar nos códigos. Assim, podem-se encontrar leis antiéticas, leis que representem apenas a moral vigente ou mesmo que não consigam oferecer a todos, garantias de justiça.

Seguir o senso comum, fazer o que é socialmente aceito, o que “todos” fazem, não é, definitivamente, ética. De fato, o comportamento do coletivo deve refletir os valores éticos e a sociedade deve estar impregnada pelo dever moral, aliás, essa seria a maior medida de sua civilidade e evolução, no entanto, isso é completamente diferente de caracterizar um hábito socialmente aceito como perfeito e bom.

Ética também não é o que se pode fazer tecnológica ou cientificamente. Poder alterar um ser geneticamente, por exemplo, não significa que o mesmo deverá ser alterado. Ética não trata da possibilidade do fazer, e sim do dever de agir segundo determinado princípio, valor ou conjunto deles. Trata-se de julgar o valor moral desse ato, do seu impacto sobre o outro e de sua contribuição para a vida humana. Sigwick (1874. p. 1) afirma que ética, juntamente com a Política e o Direito, “são diferentes das ciências especulativas pela característica que elas têm de tentar determinar não o real, mas o ideal: o que deve existir, não o que existe”.<sup>1 2</sup>

O autor usa ciências especulativas a fim de diferenciar as ciências dedicadas a descrever e explicar a natureza de outras que se concentram na perfeição e em como devem ser. Ética, então, refere-se às regras que permitem saber se uma escolha é certa ou errada, boa ou ruim e sobre como se deve comportar. De fato, é o estudo do conjunto de padrões que orientam as escolhas, ou que devem orientá-las, e, não apenas em casos específicos ou em situações especiais, mas no dia a dia. Assim, ética é fundamentalmente sobre relacionamentos, contatos, interações com os pares, é como se trata o outro e a si, e atinge até mesmo as implicações sobre o quê ou quem está distante ou é ignorado. Deveres e agires, felicidade e infelicidade, justo e injusto envolvem e compreendem o conceito de ética.

---

<sup>1</sup> As citações cujos originais são em idioma estrangeiro são apresentadas nessa dissertação em versão livremente traduzida pelo autor.

<sup>2</sup> SIDGWICK, Henry. *The Methods of Ethics*. London: Macmillan & Co, 1874. p. 1

A indagação sobre um padrão de bem agir, objeto dessa pesquisa, concentra-se em uma parte muito especial das escolhas humanas, essencial para a sobrevivência, que consome parte considerável dos esforços: os negócios. Identificar padrões ou regras de comportamento que promovam o bem e a felicidade humana através dos negócios é o papel da área de ética aplicada denominada: ética dos negócios.

Olhar para os negócios perguntando sobre ética, seja no âmbito individual, seja das organizações, inclui encontrar respostas geralmente negativas ou no mínimo desconfiadas. Lembra os escândalos envolvendo as organizações ou a dificuldade de estabelecer relações de confiança nos negócios pessoais. Não raro será ouvir que economia e negócios são campos áridos para os assuntos da ética. Porém, basta abrir os jornais ou acessar os noticiários para verificar que os escândalos dominam as reportagens a esse respeito. O senso comum aponta grande desconfiança aos negócios e aos homens e mulheres que os conduzem de modo superior à possível desconfiança de outros profissionais, está estampado nos noticiários: “Torna-se parte de nossa visão universal presumida de que os homens e as mulheres de negócios são vis e devem ter mentido, trapaceado ou roubado para progredir”.<sup>3</sup>

A narrativa de Charles R. Morris sobre a formação da moderna economia norte-americana aponta como responsáveis pela transformação e ascensão do país a superpotência os *barões ladrões*,<sup>4</sup> reforçando e evidenciando entre outros aspectos o lado obscuro desses notáveis empreendedores e colaborando com as máculas que já pairavam sobre a conduta de todos os empreendedores que os sucederam.

A regra magna de produzir o maior lucro possível surge tão fortemente enraizada no mercado que acaba perpassando seus limites e atingindo os comportamentos domésticos e particulares, mesmo até os mais íntimos. Mas, admitindo que todas as pessoas desejassem viver da melhor maneira possível: mais saudáveis, mais alegres, melhor alimentadas, enfim... Desejam viver uma vida digna e plena, então, os negócios não ocupam um papel basilar na produção das condições materiais que viabilizam tal vida? Não será o enfoque exagerado ou desmedido na produção material e sua representação pecuniária a causa dos desvios morais relacionados ao ato de negociar?

Pesquisa publicada pela PricewaterhouseCoopers demonstra que, apesar dos investimentos em ações dos órgãos regulatórios e dos esforços antifraude das organizações, crimes econômicos continuam a prejudicar empresas e conseqüentemente indivíduos em todo o mun-

<sup>3</sup> Review and Outlook; TV's Killer Capitalism. Wall Street Journal, July 14, 2006. In: AHNER, Gene. Ética nos negócios: construir uma vida, não apenas ganhar a vida. São Paulo: Paulinas, 2009. p. 69.

<sup>4</sup> MORRIS, Charles R. Os magnatas: como Andrew Carnegie, John D. Rockefeller, Jay Gould e J. P. Morgan inventaram a supereconomia americana. Porto Alegre: L&PM, 2006.

do. No Brasil, 27% dos respondentes afirmaram aumento de fraudes e corrupção nos 12 meses que antecederam a sondagem. Roubo de ativos e fraude contábil constam como os problemas mais comuns<sup>5</sup>. Os problemas de ordem moral atingem em cheio o consumidor. De fato, milhares de reclamações às instituições de defesa do consumidor demonstram os problemas enfrentados na aquisição de produtos e serviços, e entre os principais destacam-se: desobediência aos contratos, entrega de serviços inadequados, não cumprimento de promessas<sup>6</sup>.

Ahner expõe a questão da seguinte maneira: “os negócios são o que são, imorais ou amorais, mas preciso de um emprego para pagar as contas, prover a mim mesmo e minha família”.<sup>7</sup> De fato, não há dúvidas de que ninguém consegue escapar da busca pelo sustento. Mas, não haverá outro padrão de comportamento que se posicione acima das regras econômicas, que transcenda as leis do mercado, ou pelo menos que as concilie com a ética?

Jim Collins e Jerry I. Porras dedicaram seis anos a um projeto de pesquisa dirigido a grandes empresas buscando “saber quais são as características das empresas mais duradouras e bem sucedidas do mundo”<sup>8</sup> e procuraram comunicar efetivamente os resultados para que eles pudessem influenciar a gestão e disseminar as melhores práticas. Os exemplos baseados em histórias e validados por dados de pesquisa foram publicados no livro “*Feitas para durar: práticas bem sucedidas de empresas visionárias*” considerado um dos mais influentes livros de negócios. Doze mitos sobre negócios são desmistificados e figura dentre “as descobertas surpreendentes e contra intuitivas”<sup>9</sup> uma que soma importante incentivo a essa dissertação: o principal objetivo das empresas mais bem sucedidas não é maximizar os lucros. Ao contrário das ideias amplamente difundidas na literatura de negócios, a maximização da riqueza dos acionistas ou dos lucros não apareceu como principal objetivo ou força motriz nas empresas visionárias. Sim, ganhar dinheiro faz partes dos seus objetivos, mas não é o único e nem tão pouco é o principal. Explica John Young, ex-diretor executivo da HP:

Nossos princípios básicos permaneceram intactos desde sua concepção por parte de nossos fundadores. Nós sabemos a diferença entre valores e práticas centrais; os valores centrais não mudam, mas as práticas podem mudar. Também ficou claro para

<sup>5</sup> PRICEWATERHOUSECOOPERS. Pesquisa de Crimes Econômicos. Brasil: Nov. 2009.

<sup>6</sup> SÃO PAULO. Secretaria de Estado da Justiça e da Defesa da Cidadania. Fundação De Proteção e Defesa do Consumidor–PROCON/SP. Cadastro de reclamações fundamentadas 2011.

<sup>7</sup> AHNER, Gene. Ética nos negócios: construir uma vida, não apenas ganhar a vida. São Paulo: Paulinas, 2009. p. 25.

<sup>8</sup> COLLINS, James C.; PORRAS, Jerry I. Feitas para durar: práticas bem sucedidas de empresas visionárias. Rio de Janeiro: Rocco, 1995. p. 13.

<sup>9</sup> Ibid., p. 20.

nós que o lucro – apesar de ser importante – não é o motivo da existência da Hewlett-Packard; a empresa existe por motivos mais fundamentais.<sup>10</sup>

Ou seja, a atuação pautada por valores essenciais formando um conjunto coeso com a noção de propósito compõe uma ideologia central que vai além da produção de lucros.

No entanto, mesmo não colocando o lucro como objetivo único e fundamental os autores comprovaram que “de forma paradoxal, as empresas visionárias ganham mais dinheiro do que as empresas de comparação voltadas para os lucros.”<sup>11</sup> É animadora a constatação de que as empresas que baseiam suas escolhas em valores fundados não apenas em resultados pecuniários recebem um reconhecimento justo e mensurável. E, mesmo que as práticas propostas em *Feitas para durar* sejam seguidas, visando o lucro, ainda assim, obrigarão empreendedores e gestores a uma reflexão mais profunda sobre que valores devem ser considerados e que decisões valem mesmo a pena serem implementados.

A pesquisa base para essa dissertação pretende fornecer elementos que colaborem com esse processo reflexivo, seja para os negócios pessoais, particulares seja no desenho e gestão de organizações. Aborda-se o conceito de negócio, identificando seus valores éticos, além dos econômicos e do ambiente que estão inseridos. Procura também a ampliação do entendimento do seu papel ético na existência humana e nas diferentes práticas econômicas. Não adota um único marco teórico e adota uma postura de reconhecimento e introdução ao tema. Procura, inclusive, nas teorias éticas como utilitarismo e virtudes, na ética religiosa católica e protestante, ou nos elementos fundadores da teoria econômica, o apoio necessário para examinar a Ética nos Negócios, investigando assim as condições que permitam afirmar que um negócio foi realizado dentro de um padrão ético satisfatório. Pretende-se, assim, contribuir, sob o ponto de vista social, posicionando a conduta ética e os valores morais na realização dos negócios como uma modalidade de melhoria da vida social e do bem-estar dos indivíduos. Ainda, sob o ponto de vista científico, buscar-se-á acrescentar contribuições teóricas para que a ética seja mais bem compreendida e considerada elemento determinante nas relações comerciais.

O método da presente dissertação consiste na análise de conceitos e ou proposições que se referem ao padrão ético satisfatório de um negócio a partir dos autores citados. A análise tem como objetivo a explicitação dos elementos constitutivos dos conceitos e, ainda, o exame da articulação entre esses elementos, os quais fornecem a base racional das proposições da ética aplicada aos negócios. Para realizar tal tarefa, foram feitas leituras e anotações

---

<sup>10</sup> Colhido em entrevista com os autores. Ibid., p. 77.

<sup>11</sup> Ibid., p. 24.

das mesmas, e feitas reflexões que permitiram a aproximação entre o mundo teórico e a prática efetiva dos negócios. Em vista disso, a presente dissertação usa exemplos que permitam a aplicação da teoria ética à realidade cotidiana dos negócios, oferecendo propostas de diretrizes na condução dos negócios.

A dissertação divide-se em três capítulos e está assim organizada:

O Capítulo 2, intitulado *Utilitarismo de mercado*, parte da assunção que, na atualidade, os negócios têm seu padrão ético satisfatório determinado pela utilidade produzida, sendo regidos pelas regras do mercado. Assim, pergunta-se sobre a influência da utilidade e da lógica do mercado na moral contemporânea e seus efeitos sobre as escolhas das empresas e das pessoas. O que acontece quando os princípios econômicos tornam-se regra de conduta e padrão do que é o bem e o justo, demonstrando qual a coisa certa a fazer para uma vida boa e plena? Virgindade, prostituição, barriga de aluguel ou órgãos humanos devem ser objetos de comercialização? A mediação do mercado, com seu movimento de regulação da oferta, conforme as oscilações da procura devem sobrepor-se a outros valores humanos? Tudo pode ser calculado e decidido conforme sua utilidade? O que acontece se basear as escolhas morais no cálculo de custo-benefício e suas consequências?

*Egoísmo econômico e virtudes*, Capítulo 3, pretende revisar elementos importantes do pensamento ético e dos negócios a fim de uma melhor compreensão de como se chegou ao estado atual. Em seguida, perseguindo o padrão ético satisfatório de um negócio debruça-se sobre a pergunta: o que é um negócio? E a partir da identificação de seus aspectos gerais e de suas implicações éticas, quer-se compreender qual sua função fundamental e o dever ético que dela emana. Por que os negócios, tão primordiais para o homem, vinculados ao atendimento das necessidades mais básicas de sobrevivência, ligados ao papel que desempenha na sociedade, são ao mesmo tempo, alvo de tantas falhas, objeto de tantas críticas e preconceito? Compreender a ética nos negócios exige explicitar melhor o que são e o que representam os negócios, avançar na explicação de sua abrangência na vida e demonstrar suas implicações éticas. Há um propósito moral nos negócios? Qual é o negócio justo e bom? Qual é o negócio ético? Averiguar-se-á, então, o conceito de negócio o mais claramente possível e demonstrar-se-ão os elementos de caráter ético já presentes nesse conceito, perguntando pelos princípios que orientam o agir, questionando o *ethos* dos negócios, o que orienta as decisões de negócio e os valores envolvidos nessas decisões. A busca de clareza sobre a ética nos negócios segue pela repetição desses questionamentos em breves apanhados de importantes momentos da história do mundo ocidental: no período da Idade Média, será apreciada a ética religiosa católica para os negócios, a partir de ideias de Tomás de Aquino; a ética protestante com o adven-

to da reforma e seu consequente impacto na moral cristão reformada; com o desenvolvimento do Iluminismo, verificar-se-á o desabrochar da teoria econômica de Adam Smith especialmente os argumentos pelo livre-mercado e o autointeresse, bem como os afastamentos e aproximações com sua teoria moral; um breve apanhado dos desdobramentos das ideias iluministas a partir do advento da Revolução Industrial, especialmente as consequências do desenvolvimento e especialização das ciências, notadamente a economia e a administração de empresas. Finalmente, serão considerados elementos da ética aristotélica que podem ser revisitados e aproximados aos desafios éticos do momento presente para propor um guia ético baseado em seus fins e virtudes.

O Capítulo 4, *Responsabilidade social dos negócios*, abordará o tema Responsabilidade Social dos Negócios, uma tentativa contemporânea de elaboração teórica de padrão ético satisfatório específico para os negócios. Na primeira parte, analisar-se-á a proposta de R. Edward Freeman a *Stakeholder theory of the modern corporation*, em artigo de mesmo nome, em português, *Teoria das partes interessadas da corporação moderna*, em que se apreciará as questões: qual a proposta de padrão ético satisfatório proposta pela teoria das partes interessadas? Devem os acionistas, que investiram dinheiro na empresa e que geralmente determinam a atuação da empresa, compartilhar o poder com outras partes? Que participação administração, empregados, clientes, fornecedores e a comunidade local, deve ter na constituição e da definição dos rumos da empresa? A segunda parte examina a crítica de Milton Friedman à Responsabilidade Social dos Negócios exposta através do artigo *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*, *A responsabilidade social dos negócios é aumentar seus lucros*. A questão aqui é: que ética deve ser exigida das empresas? É aceitável o dever *ganhar tanto dinheiro quanto possível* como única responsabilidade dos negócios? A terceira e última parte observa a crítica de Peter Drucker à Responsabilidade Social dos Negócios exposta nos argumentos do artigo *What is business ethics?* ou, *O que é ética nos negócios?*; e busca compreender o padrão ético proposto pelo autor com as questões: é necessária uma ética para empresas diferente das éticas aplicadas às pessoas? Qual o modelo moral adequado a cumprir com as necessidades de padrão ético para empresas e pessoas igualmente?

## 2 UTILITARISMO DE MERCADO

Em 24 de outubro de 2012, Ingrid Migliorini, catarinense de 20 anos, conquistou grande destaque na imprensa, porque vendeu sua virgindade por US\$ 780.000,00 através do site *Virgins Wanted*. Vender a virgindade causou desprezo e indignação para muitos que consideraram o ato um rebaixamento da dignidade pessoal, trocar uma relação íntima por dinheiro seria desqualificador e contrário aos valores que se deve preservar para o bom convívio. Despertou também a admiração e respeito de outros que nada viram de chocante ou condenável no ato da moça, tratado como legítimo e justificável.

A polêmica ascendeu a discussão sobre as liberdades individuais e o papel do livre mercado para a promoção da boa vida, e incluiu a defesa de expedientes tais como a venda de órgãos, embriões e até mesmo bebês. As discussões ofereceram uma excelente oportunidade para os pensadores e simpatizantes das ideias libertárias de igualdade e liberdade, segundo as quais não cabe julgamento moral sobre as decisões tomadas livremente. Cada um é proprietário de seu corpo e tem o direito de fazer dele o que bem entender. Essas ideias que, aliadas aos argumentos utilitaristas de busca da felicidade como guia moral supremo, utilizam da lógica para colocar elementos dignificantes da existência humana na posição de tabus ou superstições.<sup>12</sup>

O caso de Ingrid demonstra que paira acima da discussão sobre o valor moral dessa transação comercial a evidência de que a lógica do mercado ocupa espaço relevante, pois passa a compor integralmente o código moral contemporâneo, e torna-se guia para as escolhas pessoais, apontando os princípios econômicos como regra de conduta e padrão do que é o bem e o justo, demonstrando assim qual a coisa certa a fazer para uma vida boa e plena. Ao seguir essa lógica, percebe-se que a venda da virgindade beneficia comprador e vendedora, e qualquer ressentimento ou condenação moral só pode ser fruto de preconceito. Prostituição, barriga de aluguel ou venda de órgãos passam a ser não apenas justificados moralmente, mas passam a ser defendidos pelos benefícios que oferecem. O impacto positivo do prêmio pecuniário é defendido através do argumento que a mediação do mercado, com seu movimento de regulação da oferta conforme as oscilações da procura tornará o bem disponível quando as pessoas precisarem.

---

<sup>12</sup> Veja. A venda da virgindade e o livre mercado do pensamento. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/ciencia/a-venda-da-virgindade-e-o-livre-mercado-do-pensamento>. Postado em: 11/11/2012. Acesso em: 07 set. 2013.

Sandel constata, partindo de uma série de exemplos similares ao aqui exposto, que:

Vivemos numa época em que quase tudo pode ser comprado e vendido. Nas três últimas décadas, os mercados – e os valores de mercado – passaram a governar nossa vida como nunca. Não chegamos a essa situação por escolha deliberada. É quase como se a coisa tivesse se abatido sobre nós.<sup>13</sup>

Segundo Sandel, dois tipos de argumentos justificam a aplicação dos valores em aspectos antes isentos da lógica econômica: um baseia-se ao exercício da liberdade, o outro na promoção da maximização do bem-estar social. O primeiro defende o direito de comprar e vender qualquer coisa que não interfira nos direitos dos outros, assim, as pessoas podem vender partes do seu próprio corpo, ou submeterem-se a práticas como a prostituição ou a barriga de aluguel, uma vez que o façam livremente e não causem danos a outros. O segundo, de caráter utilitarista, prega que as trocas legítimas no mercado beneficiam compradores e vendedores igualmente e dessa forma, promovem o bem comum.<sup>14</sup>

Esse capítulo parte da pergunta sobre a influência da lógica do mercado na moral contemporânea e os efeitos sobre as escolhas das empresas e das pessoas. O que acontece quando os princípios econômicos tornam-se regra de conduta e padrão do que é o bem e o justo, demonstrando qual a coisa certa a fazer para uma vida boa e plena? Virgindade, prostituição, barriga de aluguel ou bebês devem ser objetos de comercialização? A mediação do mercado, com seu movimento de regulação da oferta conforme as oscilações da procura devem sobrepor-se a outros valores humanos? Tudo pode ser calculado e decidido conforme sua utilidade? Nesse contexto, quanto vale uma vida humana? O que acontece se basear as escolhas morais no cálculo de custo-benefício e suas consequências?

Analisar-se-á, então, a questão moral de se estabelecer o bem, ou o padrão moral baseando-se nas consequências e calculando a utilidade produzida por um ato ou escolha, cerne das éticas utilitaristas. Buscar-se-á a compreensão da proposta utilitarista de Bentham, seus argumentos e princípios, demonstrando o seu arrojo em oferecer uma solução corajosa para dilemas éticos com uma mecânica simples e bastante precisa. Será avaliado o utilitarismo de mercado como determinante da ética nos negócios e o emprego dos resultados econômicos, como detentores dos esforços e medida de cumprimento de sua função social, bem como a ligação das escolhas morais decorrentes desse padrão moral. Finalmente, verificar-se-ão as

---

<sup>13</sup> SANDEL, Michael J. O que o dinheiro não compra: os limites morais do mercado. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012. p. 11.

<sup>14</sup> SANDEL, Michal J. Justiça - O que é fazer coisa certa. 5.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012. p. 99.

escolhas morais baseadas no cálculo de custo-benefício, suas consequências e desdobramentos na esfera ética.

## 2.1 UTILITARISMO: MAIOR FELICIDADE PARA O MAIOR NÚMERO

O filósofo inglês Jeremy Bentham (1748-1832) formou-se em Direito muito jovem e mesmo sem nunca ter exercido a profissão de advogado prestou grande contribuição com sua dedicação à jurisprudência e à ética. Segundo ele, o princípio máximo da moral é maximizar a utilidade porque a finalidade da vida humana é a felicidade, assim, todas as ações dirigem-se a esse objetivo. Bentham constrói um sistema ousado de realização da felicidade humana, propondo estabelecer como fundamento da moralidade, como expressão máxima da justiça, a própria felicidade, representada pelo princípio da utilidade e manifestada através da razão, da política e da lei. A doutrina utilitarista promove a felicidade de maneira simples através da fácil aplicação de sua regra fundamental, mas ao mesmo tempo racional, metódica e pragmática.

Inicia sua maior obra teórica, *Uma Introdução aos Princípios da Moral e da Legislação* (1789), declarando:

A natureza colocou o gênero humano sob o domínio de dois senhores soberanos: a dor e o prazer. Somente a eles compete apontar o que devemos fazer, bem como determinar na realidade o que faremos. Ao trono desses dois senhores estão ligadas, de um lado, o padrão de certo e errado, e, de outro, a cadeia de causas e efeitos.<sup>15</sup>

A partir da crença de que o indivíduo, no governo de seus atos, busca sempre maximizar seu próprio prazer e minimizar seu sofrimento defende que as escolhas humanas derivam desse princípio hedonista naturalmente imposto. A dor e o prazer são “*dois soberanos*” que determinam o que devemos ou não fazer, nos governam em tudo o que fazemos, dizemos e pensamos, e, o padrão de certo e errado depreende deles, formam a fonte de orientação do que é certo e do que é errado, ocupam posição de guias para as escolhas boas e justas e compreendem a base da doutrina utilitarista.

Bentham traduz essa norma através do princípio de utilidade, dando forma a seu sistema ético:

---

<sup>15</sup> BENTHAM, Jeremy. An introduction to the principles of morals and legislation. Kitchener: Batoche Books, 2000. p. 14.

Por princípio da utilidade entende-se o princípio que aprova ou desaprova qualquer ação de acordo com a tendência que demonstre de aumentar ou diminuir a felicidade da parte cujo interesse está em questão: ou, o que é a mesma coisa em outras palavras para promover ou opor-se à felicidade. Eu digo qualquer ação que seja, e, portanto, não apenas para qualquer ação de um particular, mas também de todas as medidas do governo.<sup>16</sup>

Busca-se incessantemente o prazer, que é a expressão da felicidade e da utilidade, e foge-se da menor possibilidade de dor ou sofrimento, da infelicidade. Bentham destaca que os resultados são determinantes do caráter ético, as escolhas são dirigidas pela tendência, pela capacidade de gerar felicidade. A ética utilitarista é orientada pelos fins, são as consequências de uma ação e somente seus resultados que permitem julgar a moralidade desta ação. Assim, os agentes ou os meios utilizados não são importantes para o utilitarismo, a base para a qualificação das ações são o que elas produzem, não importante quem agiu ou suas qualidades morais. Seu sistema engloba também as decisões políticas, uma vez que os atos governamentais serão julgados segundo o mesmo princípio. Alinha ética, política e justiça segundo o mesmo critério de julgamento: a utilidade.

Nessa direção, Bentham avança defendendo que o interesse da comunidade só pode ser “a soma dos interesses dos diversos membros que a compõem.”<sup>17</sup> Mas, é da análise da conformidade das ações sobre os interesses individuais que atinge-se o interesse comunitário. Dessa maneira, a utilidade deriva de ações pautadas pela promoção do aumento da soma total de prazeres dos indivíduos ou da diminuição da soma total de seus sofrimentos. As decisões individuais ou coletivas deve, então, segundo essa doutrina ética, derivar de um simples cálculo, o cálculo da utilidade produzida, escolhendo-se sempre sua maximização.

O cálculo da utilidade, que determina a moralidade de uma ação, não considera se o agente é bom ou mau, generoso ou mesquinho, interessado ou indiferente, pois são as consequências do ato que são morais, não os agentes, e somente os resultados, as consequências são consideradas. Isso torna possível que um mesmo ato, em diferentes circunstâncias, pode ser moral ou imoral, dependendo se suas consequências são boas ou más.

O cálculo utilitarista compreende a quantidade global de bem-estar sobre a dor, ou de felicidade sobre o sofrimento, qualquer que seja a repartição desta quantidade, e, seu resultado final considera o saldo líquido, a diferença da soma do prazer e da dor de todos os indivíduos afetados pela ação, independentemente da distribuição deste saldo. Para calcular a moralidade de diferentes ações alternativas, basta observar as consequências em termos de felicidade e de

---

<sup>16</sup> Ibid., p.14.

<sup>17</sup> Ibid., p. 15.

infelicidade e escolher a ação com maior saldo líquido de felicidade. Assim, uma ação que produz sofrimento para alguns, mas proporciona benefício para muitos é considerada justa e boa. Sacrificar uma minoria, cujo bem-estar será diminuído, é compensado e, então, justificado pelo aumento do bem-estar geral, ou seja, a desgraça de uns é compensada pelo bem-estar dos outros.

Os prazeres e sofrimentos são considerados da mesma importância, quaisquer que sejam os indivíduos afetados, o bem-estar de cada um tem o mesmo peso dentro do cálculo do bem-estar geral, então, havendo um saldo de felicidade positivo, a ação é julgada moralmente boa. As escolhas devem promover o maior bem, ou a maior felicidade, para o maior número de pessoas, ou, pelo contrário, a minimização da dor para o menor número possível. Maximizar o bem-estar geral é, na doutrina utilitarista, um dever.

Tentar-se-á, a seguir, melhor compreender o utilitarismo através da análise de alguns exemplos de aplicação e levantar algumas possíveis objeções.

De fato, o utilitarismo oferece um sólido suporte para o agente decidir qual é a coisa certa a fazer. Um atendimento de urgência, por exemplo: qual paciente deve ter preferência quando um médico depara-se com três casos diferentes simultaneamente e só conseguirá prestar atendimento adequado a um? Imagine que um dos pacientes tem cálculos renais e sente dores intensas no sistema urinário. As descrições desse tipo de dor são todas muito pontuais quanto à intensidade do sofrimento causado, entretanto, trata-se de um quadro que, num curto espaço de tempo, não tende a agravar-se consideravelmente a pesar do suplício pelo qual passa o doente. Pense que o segundo caso trata-se de um garoto que quebrou a perna andando de bicicleta, ferimento que lhe infringe dor aguda, porém, como não há hemorragia, não corre perigo de vida e a demora no atendimento não alterará significativamente sua recuperação, podendo suportar a dor e esperar para ser atendido. O terceiro, então, possui um quadro de infarto agudo do miocárdio e, além da forte dor, se não for atendido imediatamente, muito provavelmente morrerá. Um cálculo bastante simples e de fácil consenso apontará a hipótese em que a maior infelicidade gerada no conjunto dos três pacientes seria a hipótese da morte, que além do sofrimento ao paciente, somar-se-ia a dor que cairia sobre familiares e amigos, e, aliada à urgência da necessidade de ação torna o terceiro caso o mais prioritário. Nesse caso, independentemente de um valor que possa ser atribuído à vida em si, o cálculo da maior felicidade aqui apresentado ao reverso, ou seja, através da soma da infelicidade, determina que se salve essa pessoa, ou, o total de felicidade gerada por salvá-la é indicador suficiente para justificá-la como a melhor escolha.

O cálculo despreza quem são os envolvidos, dores e prazeres merecem o mesmo peso se o paciente é um milionário ou um mendigo, e se forem incluídas outras qualificações aumentará de tal maneira a complexidade dos desdobramentos que fugirá da proposta utilitarista e, principalmente, da necessidade de ação rápida. Ainda que a dor do cálculo renal seja a mais intensa, as consequências da demora no seu atendimento serão inferiores aos outros dois casos, assim, nem o descontentamento desse paciente ou seus protestos mudarão o curso de ação do profissional da saúde. Mesmo que a criança com a perna quebrada possa causar maior consternação, e quem já presenciou situações como essa sabe que em geral pacientes e familiares não aceitam muito bem a espera por atendimento, nem tão pouco a compreendem, mesmo assim, comparada com o ataque cardíaco é caso de menos urgência. Seguindo a proposta utilitarista as opiniões e desejos individuais são completamente anulados, pois somente o resultado geral importa e a meta é a promoção da maior felicidade coletiva.

Dentre as situações possíveis este exemplo consta entre as mais facilmente aceitas pela maioria, pois o médico é único e não conseguirá fazer um bom trabalho para nenhum dos pacientes, tentando atendê-los ao mesmo tempo. Ele terá impreterivelmente que fazer uma escolha, mesmo estando claro que o sofrimento dos outros pacientes persistirá por algum tempo. Apesar disso, nem todas as decisões utilitaristas são tão bem aceitas, muitos casos são passíveis de severas críticas pela falta de respeito aos direitos individuais, como a tortura.

Torturar é causar dor severa a alguém para forçá-lo a dizer ou fazer algo, e de fato, tem sido usada contra prisioneiros de guerra, suspeitos de rebelião e prisioneiros políticos durante séculos. É notório que situações envolvendo intervenções militares como regimes ditatoriais ou guerras não deixam espaço para a ética, matar ou infringir sofrimento para fazer valer direitos ou ideias compreende completa anulação da ética. O evento do ataque terrorista aos Estados Unidos em 11 de setembro de 2001 colocou em destaque na sociedade norte-americana a questão da tortura para salvar milhares de vidas. A partir desse problema o professor Michael Sandel sugere o caso a seguir:

Imagine que um artefato explosivo muito poderoso está para explodir dentro de poucas horas na área central da cidade. Um suspeito foi preso com evidências de que ele mesmo montou a bomba, mas nega-se a revelar sua localização e, caso ela não seja desarmada a tempo, milhares de pessoas morrerão. É certo obter essa informação através da tortura?

Aplicando o método utilitarista, calcula-se que a dor intensa a ser causada ao suspeito para obter a localização do explosivo, a infelicidade ou utilidade reduzida a ele será infinitamente menor que a dor causada caso a bomba exploda, pois causará dor e diminuirá a utilidade de milhares. Igualmente, se considerado o sofrimento causado aos familiares e amigos

do terrorista. O saldo final de bem-estar resultante para a maioria justifica moralmente a aplicação de grande sofrimento a uma pessoa para evitar a morte e sofrimento de um grande número. Segundo Sandel:

O argumento do ex-presidente Richard Cheney de que o uso de técnicas de interrogatório ‘severas’ contra membros da Al-Qaeda suspeitos de terrorismo ajudou a impedir outro ataque terrorista como o das Torres Gêmeas baseia-se nessa lógica utilitarista.<sup>18</sup>

Porém, o autor alerta que nem todos os utilitaristas são a favor da tortura. Alguns consideram uma prática ineficaz, pois as informações colhidas sob coação não são confiáveis, então a dor causada não tem um acréscimo de utilidade compensatório à utilidade coletiva. Ou ainda, que a adoção da tortura ocasionará um tratamento cruel aos soldados que forem aprisionados, diminuindo o saldo geral de utilidade. Ambos os argumentos que rejeitam a tortura baseiam-se no próprio raciocínio utilitarista: a tortura é inadequada, porque trarão consequências nocivas e o saldo de bem-estar será inferior ao de não utilizá-la, ou seja, não haveria nada de errado em usar desse artifício se realmente produzisse maior felicidade geral.

Muitas pessoas certamente se posicionariam contra a prática da tortura por acreditarem que todos têm direito à dignidade e à vida, e de fato, sabe-se que uma prática hedionda como essa viola os direitos humanos fundamentais, corrompendo o valor intrínseco do ser humano, o qual ultrapassa o cálculo geral da utilidade. Atribuir dignidade e direitos ao homem constitui em uma base moral que anula a proposta de Bentham.

Casos como o da ameaça terrorista dão enorme visibilidade ao argumento utilitarista que resolve com rapidez e precisão a questão moral. A possibilidade de salvar milhares de vidas inocentes oferece fácil defesa da tortura de um único e vil terrorista, e a consequente felicidade geral compensará o sofrimento de um único homem. Torna-se tarefa árdua defender os direitos humanos e evitar que uma morte coletiva ocorra. Mas, aceitar a tortura nesse caso é concordar que os números apontam a melhor decisão, a coisa certa a fazer. Abrir uma exceção, e abrir mão dos princípios sobre dignidade e direitos humanos são colocá-los por terra, abandoná-los, aceitando que a moralidade é determinada pelo cálculo hedonista.

Outro elemento que põe a prova o utilitarismo é considerar a culpa do terrorista. Um apelo à aprovação moral de infligir-se sofrimento ao suspeito com vistas a poupar a vida de muitos é presumir que ele é mesmo responsável pela colocação da bomba e da ameaça, ou

---

<sup>18</sup> SANDEL, Michal J. *Justiça - O que é fazer coisa certa*. 5.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012. p. 52.

ainda, que ele tenha cometido outros crimes que o tornem indigno, merecedor de tratamento cruel. Sandel sugere que se afaste essa ideia não utilitarista de culpa para que possa ser julgado o argumento utilitarista isolado: “Suponhamos que a única forma de coagir, induzir o suspeito de terrorismo a falar seja a tortura de sua jovem filha (que não tem noção das atividades nefastas do pai).”<sup>19</sup>

Procedimentalmente, o cálculo poderia ser feito com facilidade, pois o sacrifício de uma única jovem salvaria milhares de vidas. A inclusão de uma jovem inocente provoca a completa eliminação da questão da culpa e expõe o argumento nu de sacrificar uns poucos, para beneficiar o maior número. É certo torturar uma jovem para fazer seu pai terrorista dizer onde está a bomba? Muito provavelmente até os mais convictos utilitaristas repensariam suas posições nessa versão.

Os dois casos anteriores ressaltam uma característica e fonte de pontual objeção ao utilitarismo: a falha no respeito às minorias. O que é levado em conta no cálculo utilitarista é o saldo líquido de bem-estar ou utilidade de todos os indivíduos afetados pela ação, independentemente da distribuição deste saldo. O que importa é a quantidade geral de felicidade produzida independente da sua repartição entre os integrantes da comunidade. É, então, válido sacrificar uma minoria, cuja utilidade será diminuída, para promover o aumento do saldo total de utilidade. Esta possibilidade deriva da ideia de compensação: a diminuição da felicidade de alguns é compensada pelo bem-estar dos outros e se o saldo dessa compensação for positivo, a ação é julgada moralmente boa.

Ao voltar aos casos anteriores, admite-se normalmente que pacientes mais urgentes recebam cuidados prioritários, porém, aparece acima dessa situação a falta de condições de oferecer a todos o serviço adequado ao mesmo tempo e de fato, ultrapassa o cálculo da utilidade, pois é o inexorável, a carência de recurso que determina a necessidade de adotar-se uma regra que diga quem deve ser atendido primeiro.

O caso de terrorismo levanta grande dilema, pois todo esforço deve ser empreendido para fazer frente à ameaça de morte de um grande número de pessoas, e assumir que para salvar muitas vidas, deve-se infringir dor e sofrimento a um ou uns poucos aponta para a suspensão de valores fundamentais, o que significa abandonar os escrúpulos quanto à dignidade e os direitos humanos. Aceitar essa norma baseada na utilidade, diminuindo ou anulando a condição de uma parcela, é admitir que a moral deve ser reduzida ao resultado de um simples cálculo.

---

<sup>19</sup> Ibid., p. 54.

Esse mesmo raciocínio alia-se fortemente à justificação da função social dos negócios como promotor do bem comum. A assunção de Smith, que cada um em busca do atendimento de suas necessidades produzirá o melhor resultado global, insistentemente alardeada pelos economistas, encontra terreno propício no utilitarismo para florescer. Se o mercado se autorregula, não é preciso preocupar-se com os desdobramentos dos atos nele praticados, pois sempre serão produzidos resultados úteis à maioria. Mesmo que alguns sejam prejudicados, ainda assim, resultará a maximização da felicidade.

## 2.2 CÁLCULO DE CUSTO E BENEFÍCIO

Os negócios individuais, públicos ou empresariais visam os resultados, utilizando o tempo todo uma versão da ética utilitarista para suas decisões: o cálculo de custo e benefício. Esse cálculo consiste em somar-se valor monetário de todos os benefícios produzidos e descontar a soma de todos os custos gerados, a fim de encontrar a melhor relação possível: a maximização do resultado em dinheiro, o lucro.

A aplicação dessa lógica utilitarista produziu casos pitorescos. Em 2000, a Philip Morris, fabricante de cigarros com atuação internacional, encomendou um estudo na República Tcheca sobre os efeitos do tabagismo nas despesas com cuidados médicos decorrentes de doenças provocadas pelo tabagismo. Tal pesquisa visava evitar que o governo tcheco aumentasse os impostos sobre os cigarros e incluiu a defesa dos benefícios do câncer de pulmão para as contas públicas, uma vez que o tabagismo trazia mais benefícios do que custos. O cálculo incluiu os custos adicionais com cuidados de saúde devido às doenças provocadas pelo tabagismo e computou os benefícios da arrecadação de impostos sobre a venda dos cigarros, a economia com cuidados de saúde gerada por mortes prematuras, a economia de pagamento de aposentarias e, finalmente, a redução de despesas de manutenção dos velhos. O estudo concluiu ainda que o governo pouparia US\$ 1227,00 por pessoa que morresse prematuramente e geraria um lucro líquido de US\$ 147 milhões por ano.

Numa sociedade orientada pelo utilitarismo de mercado um argumento de 147 milhões acaba sendo bastante atrativo, mas quanto vale realmente a vida de uma vítima de câncer? Que valor aceitariam seus familiares e amigos? Como estipular um preço que represente convivência, afeto ou cuidados? O estudo ignorou o valor da vida humana, que é para muitos,

impossível transformar em cifra monetária. O caso foi um escândalo e prejudicou a imagem da marca que se retratou rapidamente, admitindo ter desrespeitado valores humanos básicos.<sup>20</sup>

Outro caso excepcional para ilustrar a aplicação do utilitarismo nos negócios foi produzida pela Ford, com o modelo Pinto, muito popular e entre os mais vendidos nos Estados Unidos na década de 1970, de tamanho intermediário entre o Maverick e o Corcel comercializados no mercado brasileiro na mesma época. Devido a características da instalação do tanque na parte traseira do veículo mais de quinhentas pessoas morreram devido às explosões e fogos provocados por colisões. Agravando a situação, foi revelado em um processo de indenização por erro de projeto que os engenheiros da Ford conheciam muito bem os perigos oferecidos pelo carro. Na verdade, um cálculo de custo-benefício levou a decisão que os US\$ 11,00 necessários para tornar o veículo mais seguro não seria compensado pelas vidas salvas e ferimentos tratados.

Para realizar esse cálculo, os engenheiros levantaram que o custo de 11 dólares aplicados aos 12,5 milhões de unidades vendidas por ano acumularia um custo total de 137 milhões de dólares para instalar dispositivos de segurança e tornar seus carros menos suscetíveis a explosões ou incêndios devido a colisões traseiras. Avançaram o cálculo verificando que, caso nada fosse feito, os acidentes produziriam 180 mortes, deixariam 180 pessoas feridas e envolveriam 2000 veículos de 700 dólares cada. Para concluir a conta, atribuíram um valor a cada vida perdida e para o tratamento e indenização dos feridos: 200 mil dólares por vida e 67 mil dólares por ferido, chegando ao total de 49,5 milhões. O resultado matemático apontou que a melhor opção era não aprimorar o carro, uma vez que os custos dessa melhoria não seriam compensados pelo benefício de um carro mais seguro.<sup>21</sup>

A questão aqui poderia ser quanto ao valor atribuído a cada vida que poderia ser pouco para representar a dor dos familiares e entes queridos, e trata-se de tema amplamente discutido quando é necessário estabelecer-se um valor para indenizações, por exemplo. A verdade é que muito dificilmente um familiar concordaria que há mesmo um valor suficiente e recusaria a ideia de atribuir um valor monetário para compensar a perda de uma vida humana. Até mesmo um cálculo muito apurado da possível produção econômica da pessoa ao longo da vida, ou mesmo uma soma milionária muito superior a essa possibilidade, sempre deixarão a sensação de injustiça.

---

<sup>20</sup> SANDEL, Michal J. *Justiça - O que é fazer coisa certa*. 5.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012. p. 56-57.

<sup>21</sup> *Ibid.*, p. 57-59.

Os utilitaristas dizem, no entanto, e administradores, economistas e políticos também, que é preciso atribuir um valor, pois decisões devem ser tomadas. Contudo, se a vida passa a ser pautada pela compra e venda, se todas as necessidades e desejos podem ser atendidos através do comércio pode facilmente tomar corpo uma diminuição compulsória de outros valores e, a ameaça da corrupção chega a bens que não podem ser representados monetariamente, como a dignidade e a vida humana. Os casos apresentados demonstram que o risco de optar pela aplicação do cálculo de custo-benefício leva à redução do homem a simples objeto, que pode ser trocado ou substituído por uma quantia em dinheiro. O mercado pode atribuir valor a coisas intangíveis como, por exemplo, uma marca, que depende não apenas de sua forma ou conteúdo físico e é composta da percepção do público. Dessa forma, acaba transformando o respeito das pessoas por um nome, símbolo ou produto, sua preferência por um fornecedor, em cifra a ser contabilizada, negociada, remunerada, mas ainda está aquém de conseguir atingir com um montante em dinheiro o valor de uma única e simples vida humana. Então, o utilitarismo pode estar errado, se outros valores podem ser considerados para analisar o ato moral, valores diferentes do pecuniário ou da utilidade, virgindade, prostituição, barriga de aluguel ou venda de bebês podem ser questionadas.

### 3 EGOÍSMO ECONÔMICO E VIRTUDES

A saga humana é marcada por um ambiente nem sempre favorável, e muitas vezes hostil, ameaçado pelas intempéries climáticas, enfrentando a hostilidade de animais selvagens e até mesmo disputando com seus semelhantes os recursos fundamentais para a vida. De fato, a luta pela sobrevivência marca a vida humana na terra. A engenhosidade do homem possibilitou superar as adversidades, conquistando povoar mesmo os recantos mais inóspitos da terra, alcançando imenso crescimento populacional e estabelecendo plena hegemonia sobre o planeta e todo objeto ou ser que nele habita.

Já no alvorecer da civilização ocidental, os clássicos colocam o trabalho como característica mais espontânea da natureza humana: produzir para atender as necessidades. As trocas, a prestação de serviços e o comércio surgem como expedientes amplamente utilizados desde os tempos mais remotos, pois parece ser natural, instintivo, mas grandiosamente humano, oferecer o que se tem de melhor ou em excesso como instrumento para obter o que falta ou o que se deseja. Negociar, barganhar, pactuar, fazer convênios ou tratados, é parte do que o homem faz e do que o homem é, e é pura virtude, aptidão de empreender sua subsistência e progresso através da linguagem, da comunicação com seus pares, de conviver e partilhar. As habilidades individuais potencializam-se através da integração em grupos sociais.

Platão (427 - 347 a.C.) apresenta, em *A República*, que se valha das vantagens de aproveitar as aptidões específicas de cada cidadão numa organização modelar ideal de sociedade, em que cada indivíduo tem uma função social especializada:

— Ora – disse eu – uma cidade tem a sua origem, segundo creio, no facto de cada de um de nós não ser auto-suficiente, mas sim necessitado de muita coisa. Ou pensas que uma cidade se funda por qualquer outra razão?

— Por nenhuma outra respondeu.

— Assim, portanto, um homem toma o outro para uma necessidade, e outro ainda para outra, e, como precisam de muita coisa, reúnem numa só habitação companheiros e ajudantes. A essa associação pusemos o nome de cidade. Não é assim?

— Absolutamente.

(REPÚBLICA 369b, 369c)<sup>22</sup>

É clara e ressaltada a constatação de que não é possível ao homem prover tudo o que necessita individual e independentemente de outros, visto que há uma relação de necessidade

<sup>22</sup> PLATÃO, *A República*. São Paulo: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

e dependência uns dos outros que leva à cooperação para obter o preciso ou o desejado mais facilmente, promovendo vantagens para os envolvidos. Essa interdependência conduz ao convívio social e conseqüentemente à organização social e também à formação do Estado. A tônica desse convívio é a possibilidade de cada um oferecer o que tem em excesso, ou menor necessidade, e obter algo que lhe faz falta, cada qual alcançando o que é melhor para si.

A leitura platônica continua válida para a atualidade e é patente que produzir individualmente todo o necessário para viver é hipótese ainda absurda. Igualmente ao observado na *polis* grega, o dia a dia contemporâneo, nas cidades ou no campo, é marcado pela ampla dependência mútua materializada na forma do mercado, do conjunto de fornecedores especializados que oferecem tudo o que é preciso para a vida, produtos, serviços e até mesmo ideias. Negócios são sistemas econômicos nos quais bens e serviços são trocados uns pelos outros, ou por dinheiro, baseado em seu valor percebido. Cada negócio requer investimento e um número suficiente de consumidores para os quais seus produtos possam ser vendidos com lucro em uma base consistente. Assim, transações entre comprador e vendedor em que ambos buscam satisfação de suas necessidades através da troca de mercadorias ou serviços por dinheiro ou equivalente em valor são eventos corriqueiros e ao mesmo tempo fundamentais na vida humana.

Negócios são tão primordiais para o homem, os quais são vinculados ao atendimento das necessidades mais básicas de sobrevivência, ligados ao papel que desempenha na sociedade e, ao mesmo tempo alvo de tantas falhas, objeto de tantas críticas e preconceito. A compreensão da ética nos negócios exige explicitar melhor o objeto que possui como meta, requer compreender o melhor possível do que é um negócio<sup>23</sup>, conduz a avançar na explicação de sua abrangência nas vidas das pessoas e demonstrar suas implicações éticas. O que é um negócio? Há um propósito moral nos negócios? Qual é o negócio justo e bom? Qual é o negócio ético?

Averiguar-se-á, então, nessa pesquisa, o conceito de negócio o mais claramente possível e demonstrar-se-ão os elementos de caráter ético já presentes nesse conceito, perguntan-

---

<sup>23</sup> Negócio pode ser definido simplesmente como comércio; relações comerciais, negociação, transação; caso, coisa, assunto, fato; casa de negócio. A origem latina *negotium*, que significava negação do ócio traz o conceito de ocupação, assim, negócio é aquilo que ocupa alguém, ou no qual alguém ocupa seu tempo, atenção, ou trabalho, como sua principal preocupação ou interesse. Qualquer ocupação particular ou emprego para subsistência ou ganho, como agricultura, comércio, arte, ou uma profissão. Aquilo que alguém tem ou deve fazer; serviço especial, obrigação ou missão. Pode também significar problema ou dificuldade e assumir o significado de assunto, questão ou preocupação. Traz consigo a indicação de ocupação regular, como, o negócio da vida, e origina a ideia de negócio antes de prazer. Inclui em sua definição negociação compreendendo a utilidade que é o interesse que se consegue com o que se trata, negocia ou pretende e, acaba apresentando a convenção de designar negócio todos os tipos de transação que tenham por fim o lucro ou vantagem para quem vende, e admite que em muitos casos também para quem compra, podendo dizer respeito a comerciantes e não profissionais.

do pelos princípios que orientam o agir e questionando o *ethos* dos negócios, o que orienta as decisões de negócio e os valores envolvidos nessas decisões.

Na busca de uma melhor compreensão da ética nos negócios repetir-se-ão esses questionamentos em breves apanhados de importantes momentos da história do mundo ocidental. A primeira parte, intitulada *Negócios e Salvação*, abrange o período da Idade Média, em que será apreciada a ética religiosa católica para os negócios, a partir de ideias de Tomás de Aquino; a ética protestante com o advento da reforma e seu impacto na moral cristã reformada. A segunda parte, *A lei natural do autointeresse*, observa com o desenvolvimento do Iluminismo, o desabrochar da teoria econômica de Adam Smith, bem como o afastamento e a aproximação com sua teoria moral. A terceira parte, denominada *Mercado instância da verdade*, ilustra os desdobramentos das ideias iluministas a partir do advento da Revolução Industrial, especialmente as consequências do desenvolvimento e especialização das ciências, notadamente a economia e administração de empresas. Finalmente, serão revisitados, em *Prosperidade e virtudes*, elementos da ética aristotélica que podem auxiliar na melhor compreensão do conceito de negócio e na proposta de um padrão ético baseado em seus fins e virtudes.

### 3.1 NEGÓCIOS E SALVAÇÃO

Durante a Idade Média, período da história europeia entre os séculos V e XV, com a ascensão do cristianismo católico, disseminou-se a crença de que o homem foi colocado na terra por Deus para adorá-lo e para buscar a salvação eterna. Dessa forma, os negócios passam a figurar como elemento do processo de salvação, o trabalho e seu produto são colocados como meios para a manutenção da vida mortal, estágio intermediário ao fim primeiro, à passagem para a vida eterna. Entretanto, a pobreza ganhou destaque com essa doutrina, pois a privação descendia da sabedoria divina e era o ideal que toda sociedade deveria aspirar. A busca da riqueza levava ao pecado da avareza, ao apego dos bens e ao dinheiro, o que deveria ser evitado.<sup>24</sup>

Tomás de Aquino (1225-1274) foi parte de um grupo de estudiosos católicos conhecidos como escolásticos, que incluíram no foco de suas investigações os debates filosóficos e científicos. Aquino buscou adaptar a sabedoria grega ao credo católico e dedicou especial atenção aos negócios e à economia. Construiu sua ética sobre o pensamento aristotélico, apre-

---

<sup>24</sup> PIRENNE, Henri - “História Econômica e Social da Idade Média” - 4a ed., S. Paulo: Mestre Jou, 1968. p.19.

sentando um conjunto de valores, deveres e virtudes associados à palavra divina, prescritos na prática eclesiástica e configurado como resultado do exercício da razão iluminada pela fé. Na sua versão, a ética cristã é vista através das categorias de Aristóteles de bem, felicidade, lei e virtude, alinhada num código de conduta coerente e bem amarrada, com aplicabilidade prática para tornar-se a espinha dorsal do catolicismo. As categorias centrais da ética aristotélica se integram a um sistema de lógica impecável, organizado em torno da concepção de Deus e se equilibra entre os diferentes componentes da moralidade cristã alcançando notável sucesso. Deus é tido como o fim último e o bem supremo, a felicidade e a “vida boa” de Aristóteles assumem sentido religioso. A virtude que era o objetivo maior na ética de Aristóteles e estava acessível a todos, agora está ligada a vontade divina. Os conceitos e palavras são de Aristóteles, mas a essência vem da revelação cristã.<sup>25</sup>

Atento à importância dos negócios para a vida humana, Tomás de Aquino tratou de regulá-la estabelecendo normas para orientar as relações econômicas. Desenvolveu o conceito de preço justo estabelecendo que o valor cobrado deveria ser o suficiente para cobrir os custos de produção, incluindo a manutenção de um trabalhador e sua família. O valor intrínseco e a tradição eram determinantes na precificação dos produtos. Sua moral privilegiava as atividades produtivas e dava menor importância ao comércio. Já o valor adicionado aos custos só se justificaria caso representasse serviços notáveis como o transporte por longas distâncias ou se modificações no produto básico aumentassem consideravelmente a utilidade para os usuários, pois somente o trabalho cria valor que pode ser adicionado ao preço de um produto. Contribuições adicionais à missão cristã também eram admitidas, aumentos nos preços eram agradáveis e justos se o objetivo fosse a caridade e as doações à causa religiosa não apenas justificavam tal prática como eram dignamente reconhecidas. Em agudo contraste com os princípios econômicos atualmente vigentes, a moral tomista condenava os vendedores caso elevassem seus preços simplesmente porque os compradores estavam em necessidade premente de um produto. De fato, oferta e demanda eram desprezadas no estabelecimento do valor das coisas. Seguindo a posição aristotélica, a usura era condenada, sendo a cobrança de juros unicamente admitida em casos restritos, nos quais a produção era o objetivo principal. O valor do trabalho e o fruto dos negócios deviam servir a razão fundamental da existência humana: servir a Deus.<sup>26</sup>

A moral católica ficou marcada pela repressão ao ganho, com a veemente condenação ao acúmulo e aprisionamento do crescimento do comércio. Agires e fazeres somente eram

<sup>25</sup> GOMEZ-HERAS, J.M.G. Teorías de la moralidad: Introducción a la ética comparada. Madrid: Síntesis, 2004.

<sup>26</sup> AQUINAS, Thomas. Summa Theologica. Second and Revised Edition, 1920. II-II, p. 77-78.

certos e belos se dedicados a expiar os pecados, a servir a Deus e construir virtudes espirituais a fim de conquistar a vida eterna. O mandamento ético emana do divino através das escrituras sagradas e o clero é seu único interprete e juiz, desse modo, as artes, o desenvolvimento do saber, os negócios, toda a atividade humana era julgada pelos fins espirituais aos quais eram dirigidos. A imposição de interpretações e estabelecimento de dogmas passam a ser fonte de tensões reforçadas pelas transformações sociais e políticas e trazem à luz uma importante opositora das ideias católicas: a Reforma Protestante.

A Reforma, movimento iniciado por Martinho Lutero no começo do século XVI, conduz enorme ruptura e transformação no mundo cristão, abrindo não apenas a possibilidade, mas instituindo o dever do crente conhecer as escrituras e ter acesso direto a Deus. Os valores cristãos reformados substituem a moral escolástico-tomista, fundamentando-se numa interpretação diferente da vontade divina, visto que dá origem a uma nova moral que abrange as práticas sociais e econômicas. O trabalho passa a ser visto como caminho de redenção e a parcimônia, a austeridade, a usura e a especulação financeira ganham status de componentes de um processo de dinamização econômica, dessa forma, os resultados do trabalho passam a ser aceitos como expressão da bondade divina.

Em *A ética protestante e o espírito do capitalismo*, Max Weber analisa esse momento histórico e sustenta a tese de que a ética e as ideias puritanas influenciaram o desenvolvimento do sistema econômico capitalista. Weber define o espírito do capitalismo como as ideias e hábitos que favorecem a procura racional de ganho econômico, e seus limites como uma ética “colorida pelo utilitarismo”, na qual virtudes como a honestidade, a pontualidade, a laboriosidade, a frugalidade ganham atenção pela sua utilidade aos negócios. Portanto, ele conclui, através de sua pesquisa, que: “[...] o summum bonum dessa ética, o ganhar mais e mais dinheiro, combinado com o afastamento estrito de todo prazer espontâneo de viver [...]; é pensado tão puramente como um fim em si mesmo.”<sup>27</sup>

A dedicação ao trabalho torna-se dignificante, seus resultados, enobrecedores, seu significado é o cumprimento da missão humana e plenamente afinado com os desígnios religiosos. As virtudes são praticadas pela utilidade, pelos resultados que produzem, e acumular riqueza através do trabalho torna-se também uma virtude a ser praticada religiosamente.

A ruptura com a moral escolástico tomista e o desenvolvimento desse pensamento capitalista protestante coloca o trabalho, a economia, os negócios, em posição central. Não apenas ganhar dinheiro e acumular riqueza deixa de ser pecado, sai do campo dos vícios, dei-

---

<sup>27</sup> WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Martin Claret, 2001. p.51.

xa de ser reprimido, como ganha significado de expressão divina, conquistando o reconhecimento social e passando a figurar dentre as virtudes a serem praticadas dedicadamente. O mundo e suas criaturas ainda existem para agradar a Deus, porém o trabalho que enobrece o homem, é expressão de seu desenvolvimento moral, é o cumprimento de sua vocação e a finalidade da vida e somente as tentações mundanas ligadas ao ócio e a sensualidade são tomadas por ameaças à graça do trabalho, assim, dedicação ao trabalho e afastamento dos prazeres mundanos são os deveres do homem para a plena realização dos desígnios divinos.<sup>28</sup>

Essa transformação abre amplo questionamento quanto ao papel da nobreza e do clero e acaba por refletir-se numa reação católica, a Contra Reforma. O catolicismo reformado adota posição menos radical sobre os negócios e por consequência a justificação moral dos negócios e da acumulação de riqueza promovida pelas religiões cristãs permitem a transformação das visões de mundo nos períodos seguintes da história: os negócios são virtuosos e o lucro é expressão de bondade.

### 3.2 LEI NATURAL DO AUTOINTERESSE

Os resultados das grandes navegações, a intensificação das trocas comerciais, a colonização das Américas, e as mudanças na relação do homem com a fé através da Reforma, formaram o ambiente para o desenvolvimento de um pensamento antropocentrista, separado da Igreja, questionador das crenças, reconciliador com a base racional do pensamento clássico, e pronto a criticar todos os campos da experiência humana. Essa nova visão de mundo assume a inspiração do espírito científico grego e passa a encarar inquisitória e indiscriminadamente toda e qualquer crença e conhecimento; busca a construção de um saber que inclua e organize instrumentos para sua sistemática crítica e correção, e, propõe o uso efetivo do conhecimento assim elaborado em todos os campos, com o fim de melhorar a vida privada e social dos homens.

A partir do Renascimento, estudiosos como Francis Bacon (1561-1626), Galileu Galilei (1564-1642), René Descartes (1596-1650) e Isaac Newton (1643-1727) passaram a explorar, observar e pesquisar metodicamente o mundo físico, produzindo poderosa evolução científica. Esse modelo de produção do saber conflitava com o pensamento cristão católico por desafiar a teoria criacionista e, através de práticas exploratórias e da experimentação empírica, propunha um novo papel à humanidade: a tarefa de descobrir as leis universais objeti-

---

<sup>28</sup> Ibid., p.139-140.

vas que ordenam o universo e dominam o planeta utilizando todo objeto e todo ser para atender seus desejos. Os resultados dessas incursões renovadoras do conhecimento foram impulsionados pela mais detalhada leitura dos textos e a capacidade de raciocínio aguçados frutos da maior oferta de educação no norte da Europa, a qual foi promovida pelas religiões protestantes. A possibilidade de ler e interpretar não apenas a Bíblia, mas toda a natureza fez emergir um sentimento de igualdade e liberdade propagado pelos iluministas e que se desenvolverá em todas as áreas do saber, promovendo prolíficas discussões. A descoberta de leis que governavam a natureza em seus fenômenos físicos e a crença de que leis naturais também deveriam estar por trás dos agires humanos, desencadearam uma série de pesquisas e teorias. Os trabalhos de pensadores como Locke (1632-1704), Voltaire (1694-1778), Hume (1711-1776), Rousseau (1712-1778) e Kant (1724-1804) influenciaram grandes transformações científicas, sociais, econômicas e políticas. Essa nova maneira de ver o mundo participou de mudanças notáveis na organização social como a Revolução Francesa, a Independência Americana, o fim da escravidão e a Revolução Industrial.

O pensamento iluminista agregou ao *ethos capitalista protestante* sua crença de um saber secular baseado na razão, amparado por um método científico, fundamentado em leis naturais e comprovado matematicamente, o que possibilitou a ascensão da riqueza e alçou-a a elemento dominante sobre a vida do homem. Por fim, com o triunfo do capitalismo “*que repousa em fundamentos mecânicos*”, os elementos religiosos se tornaram dispensáveis e a ascese que lhe serviu de alicerce não é mais necessária a sua justificação.<sup>29</sup> Assim, parte considerável das ações humanas passa a ser guiada pelo *ethos* dos negócios, trocando-se moeda, bens ou serviços por outros, aos quais valores em si são atribuídos ou tornam-se meios de obtenção de benefício.

Negócios, sejam particulares ou através de organizações, utilizam todo e qualquer recurso disponível. Um desses recursos são as pessoas, que são utilizadas como meios e tomam as consequências como medidas de valor. O *ethos* dos negócios compreende o atendimento de necessidades e desejos dos participantes do mercado, em que cada um participa com suas melhores habilidades e capacidades, gerando algo de valor e recebendo o lucro, o meio para o atendimento de suas próprias necessidades e desejos, um prêmio por esse préstimo. Por outro lado, aquele que não colabora com o sistema econômico merece sanção, e é considerado infe-

---

<sup>29</sup> WEBER, op. cit., 2001. p.139-140.

rior, de menor valor, como apontado por Keller: os mercados são árbitros dos resultados éticos e a maximização do lucro é o código moral último.<sup>30</sup>

Adam Smith (1723-1790) dedicou sua vida à Filosofia e, especialmente, à Ética. De fato, sua maior busca foi compreender e codificar as leis que regiam as escolhas humanas, por isso consagrou seus estudos à exploração do que estava por trás das escolhas morais. Assim, como foram estudados os fenômenos da natureza e descritas as regras que os originam, tornando possível sua previsibilidade e mesmo interferências em seu curso, acreditava Smith que os agires humanos poderiam ser explicados e, conhecidas suas estruturas e regras, igualmente previstos e promovidos ou ainda evitados. Dentre suas ideias, a importância do egoísmo para a promoção do bem comum e a capacidade de autorregulação do mercado formaram base sólida para o paradigma econômico que se espalharia gradualmente pelo mundo, tornando-se amplamente dominante. O crescimento da liberdade de mercado e a importância atribuída ao autointeresse levaram como o próprio Smith realizara em sua obra, a desvios e exageros na aplicação do egoísmo, abrindo espaço para manifestações de pura ganância contrárias aos benefícios comunitários por ele preconizados. Esses desvios somados a um gradual afastamento dos conhecimentos filosóficos e econômicos, bem como a estudos especializados concentrados somente na *Riqueza das nações*, acabou por promover a hipótese de possível incoerência ou difícil conciliação entre suas teorias econômica e ética.<sup>31</sup>

Analisar-se-á a seguir elementos das duas teorias com vistas a identificar a estreita ligação entre ambas. Como descrito por Cortina, Smith detinha forte convicção sobre a estreita ligação entre negócios e ética:

Um sistema econômico necessita sempre de um respaldo ético, e, juntamente com o amor próprio como motor para o intercâmbio, juntamente com o afã de lucro, existem outros sentimentos e valores indispensáveis para compreender a atividade econômica em seu conjunto.<sup>32</sup>

A compreensão da obra partindo da visão ampla e integrada do eticista que a escreveu, dirige seu olhar para a economia, possibilitando a manutenção da unidade de pensamento sobre o humano e suas obras, servindo de medida cautelar para evitar interpretações parciais ou desconexas da importância moral dos negócios.

---

<sup>30</sup> KELLER, A. Craig. Smith versus Friedman: Markets and ethics. School of Accountancy, College of Business Administration, Missouri State University. *Critical Perspectives on Accounting* 18 (2007) 159–188.

<sup>31</sup> LUX, Kenneth. *O erro de Adam Smith: de como um filósofo moral inventou a economia e pôs fim à moralidade*. São Paulo: Nobel, 1993.

<sup>32</sup> CORTINA, Adela. As três idades da Ética Empresarial. In: *Construir Confiança: Ética da empresa na sociedade da informação e das comunicações*. Adela Cortina (org.) São Paulo: Loyola, 2007. p. 25.

Smith ganhou fama e reconhecimento com o volume *Uma investigação sobre a natureza e causas da riqueza das nações* (1776), que rendeu-lhe o título de pai da economia moderna e o status de mais importante teórico sobre liberalismo econômico. Seus escritos sobre a prosperidade dos povos conquistaram reconhecimento no momento da história que a economia ganhava status de ciência independente e figurava entre os mais influentes do mundo ocidental. Apesar do título inspirador de grandiosidade, o entendimento de riqueza de Smith era bem mais modesto do que a abundância e magnificência atribuída geralmente ao termo, pois para ele riqueza era o montante mínimo necessário para prover aos seres humanos alimento, roupas e abrigo, ou seja, uma vida descente. Indica: “Cada homem é considerado rico ou pobre de acordo com sua possibilidade de adquirir os objetos que lhe são necessários e convenientes e de gozar os prazeres da vida humana.”<sup>33</sup>

Antes de procurar por meios de promover a opulência, perguntava pela distribuição do bem-estar à população, aprofundando-se na análise da produção da riqueza e identificando os elementos que deram a tônica aos negócios nos séculos seguintes.

Smith percebeu que a riqueza provinha do trabalho, ideia que contrastava profundamente com a visão mercantilista que fortemente se estabelecia em seu tempo. Para os mercantilistas, a riqueza de uma nação era medida pela quantidade de metais preciosos acumulados em suas reservas e a origem dessa riqueza era a balança comercial. O comércio exterior era a fonte geradora de ouro e prata através de exportações maiores do que as importações. A proposta de Smith diferia fundamentalmente também dos fisiocratas, que defendiam as posses, como a terra e os meios de produção agrícola, como as verdadeiras fontes geradoras de riqueza. Através de suas observações, concluiu que o trabalho e somente ele poderia produzir riqueza, mesmo que fosse diferente de seu país, a Escócia, de terreno ralo e rochoso, estaria condenado a uma história de privações, já que a capacidade de gerar riqueza estava no trabalho e na sua organização, não bastando somente a posse da terra para garantir a prosperidade de uma nação.

De fato, ao observar o trabalho nas oficinas pré-industriais, identificou-se que o trabalho dividido e organizado de vários artífices, executando uma única parte da produção de um bem, resultava na produção de uma quantidade muito maior de bens, muito maior que a atuação individual e isolada respondendo por todo o processo. Assim, ampliando a ideia platônica de especialização, identificou-se que a divisão do trabalho caracteriza um diferencial e

---

<sup>33</sup> SMITH, Adam. *Uma investigação sobre a natureza e causas da riqueza das nações*. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1979. p. 27.

umenta substancialmente a produtividade, representando uma das principais causas para a geração de riqueza:

É a grande multiplicação das produções das diferentes atividades humanas, originada pela divisão do trabalho, que cria, numa sociedade bem governada, a possibilidade de estender o bem-estar até as camadas mais baixas do povo. [...] Difunde-se assim em todas as camadas da sociedade uma abundância geral.<sup>34</sup>

Smith, entusiasmado, relata sua descoberta de um mundo de riqueza possível para todos. A divisão do trabalho não apenas torna a prosperidade possível, como essa benesse deve ser estendida a todos os integrantes da sociedade. O mandamento econômico surge acompanhado da regra moral: o bem-estar deve ser amplo e atingir mesmo as camadas mais pobres da sociedade. O bom governo, aquele que orienta seus atos para o bem comum, toma as providências para que os benefícios econômicos cheguem a todos os membros do seu povo, assim, o resultado econômico, os frutos gerados pelos negócios cumprirão com sua função moral, e desse modo serão negócios éticos.

Assim, seguindo essa mesma lógica, identificou-se que se as nações se concentrarem em poucos produtos ao invés de tentar produzir tudo o que necessitam, trocando com outras nações seus excedentes, ambas sairão beneficiadas. Assim, o livre comércio entre as nações promove maior eficiência e tem a condição de melhorar radicalmente o bem-estar da humanidade. Além disso, sua crença apontava também que o mercado estimularia o desenvolvimento e melhoraria as condições de vida, diminuindo as tensões sociais e proporcionando luz a um ambiente propício à paz e cooperação. Dessa forma, o livre-mercado traria melhoras às condições de vida dos pobres e derrubaria as barreiras mercantilistas que buscavam acumular ouro e prata através da maximização das exportações e minimização das importações, assim a liberdade de mercado ampliaria as oportunidades, reduziria os preços e ofereceria produtos de melhor qualidade às pessoas comuns.<sup>35</sup> Smith identificou e sistematizou os fundamentos inspiradores do liberalismo econômico, também antecipou e influenciou vários séculos antes, o fenômeno chamado globalização. Já sua teoria econômica manteve-se sempre ligada ao desenvolvimento através do amplo acesso ao trabalho, e seus resultados por todos os membros do corpo social, jamais se afastou do sentido ético embutido nos negócios e na organização do mercado.

<sup>34</sup> SMITH, Adam. Uma investigação sobre a natureza e causas da riqueza das nações. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1979. p. 11.

<sup>35</sup> WARD, Thomas J. Adam Smith's views on religion and social justice. *International Journal on World Peace*. v. 21. n. 2. p. 43-62.

Para Smith, o desenvolvimento se dá melhor no momento em que o homem tem liberdade para empreender, e sua defesa da liberdade para os negócios parte do pressuposto estoico de que cada um tem condições de cuidar de si mesmo: “Cada pessoa como diziam os estoicos, deve ser primeira e principalmente deixada ao seu próprio cuidado; e cada pessoa é certamente, sob todos os pontos de vista, mais apta e capaz de cuidar de si do que qualquer outra pessoa.”<sup>36</sup>

Seu texto está impregnado de prosperidade e as pessoas não somente podem fazer escolhas independentes e acertadas, como assim as devem fazer com a segurança de cada um buscará sempre o melhor atendimento as suas necessidades. As pessoas procurarão o que precisam e promoverão os acordos e associações suficientes para a promoção de seus interesses, reduzindo a necessidade de interferência do Estado.

Perguntando sobre o princípio que originou a divisão do trabalho, Smith identificou uma tendência na natureza humana de negociar e trocar uma coisa por outra e pontua: “Nas sociedades civilizadas o homem necessita permanentemente da cooperação e assistências de muitos outros homens; no entanto, toda a sua vida, não chega senão para cultivar um número muito restrito de amigos.”<sup>37</sup>

Sua análise parte das habilidades humanas de raciocínio e comunicação que diferencia a espécie de toda a criação e passa pelos diferentes meios e artifícios que se pode usar para conseguir o favor e a colaboração do outro. Isso acontece porque, poucas são as amizades colecionadas ao longo da vida, e a partir disso, percebe-se que para convencer seus interlocutores a cooperar apelando para sua bondade exigiria tempo, artifício a ser adquirido que a urgência da sobrevivência humana não permitiria esperar.

Se o homem depende, então, essencialmente dos outros para sobreviver e não pode contar com seus favores a partir da bondade, outro sentimento deveria estar por trás dessa provisão: o autointeresse. Smith explica que é apelando ao interesse do outro que se obtêm o desejado:

Mas o homem necessita sempre da ajuda dos seus semelhantes e não pode esperar que estes lha dêem por mera bondade. Ser-lhe-á, mais fácil consegui-la se puder explorar a seu favor o amor próprio dos outros e lhes puder demonstrar que têm vantagem em fazer por aquilo que lhes é pedido. É isto que acontece quando uma pessoa propõe a outras qualquer negócio. Dê-me o que quero e terá aquilo que deseja: eis o significado de todas as propostas.<sup>38</sup>

<sup>36</sup> SMITH, Adam. Teoria dos sentimentos morais. São Paulo: Martins Fontes, 1999. Seção II, Cap. I.

<sup>37</sup> SMITH, Adam. Uma investigação sobre a natureza e causas da riqueza das nações. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1979. p. 13.

<sup>38</sup> Ibid., p. 14.

A negociação, as tratativas, a promoção de acordos e tratos, barganhar por melhores preços, enfim, todas as propostas se dirigem para a oferta de vantagem para outro. Lograr o que se busca será atendido fornecendo vantagem ao outro e a tônica dos negócios é firmada no intercâmbio de vantagens, apelando ao interesse do outro para conseguir o que se deseja.

Como um bom conhecedor do egoísmo humano, Smith constrói um argumento que além de não refutá-lo, coloca-o em posição de grande importância para o sucesso de seu sistema econômico. Os interesses econômicos próprios e individuais defendidos por ele coincidem perfeitamente com o interesse econômico da sociedade, ou seja, como o homem depende das trocas uns com os outros, a procura por atender seus interesses resultará no atendimento dos interesses de todos. Assim, a conciliação dos interesses diversos e a ampla oferta de vantagens realizadas por negócios livremente empreendidos produzirão o melhor resultado para todos. A ação individual e autointeressada se dirigem naturalmente em direção ao bem-comum. Uma de suas mais citadas passagens afirma:

Não é por generosidade que o homem do talho, quem faz a cerveja ou o padeiro nos fornecem os alimentos; fazem-no no seu próprio interesse. Não nos dirigimos ao seu espírito humanitário mas sim ao seu amor próprio; nunca lhes falamos das nossas necessidades mas de seus próprios interesses.<sup>39</sup>

Emprender a produção do próprio sustento, satisfazer a si mesmo, agir em atenção aos próprios desejos está conectado à nobre função social de atender aos desejos de outros. Indubitavelmente, a natureza age através do egoísmo humano que ganha posição ética, pois mesmo que isento de bondade ou benevolência, fazendo o bem a si, conseqüentemente, se promove o bem também ao outro.

Smith percebe, ainda, outra força que age naturalmente, empurrando o homem na direção certa, proporcionando harmonia entre o interesse individual e o interesse comum, assim, não acreditando no possível conflito entre os dois:

Todo indivíduo necessariamente trabalha no sentido de fazer com que o rendimento anual da sociedade seja o maior possível. Na verdade, ele geralmente não tem intenção de promover o interesse público, nem sabe o quanto o promove. Ao preferir dar sustento mais à atividade doméstica que à exterior, ele tem em vista apenas sua própria segurança; e, ao dirigir essa atividade de maneira que sua produção seja de maior valor possível, ele tem em vista apenas seu próprio lucro, e neste caso, como em muitos outros, ele é guiado por uma mão invisível a promover um fim que não fazia

---

<sup>39</sup> SMITH, Adam. Uma investigação sobre a natureza e causas da riqueza das nações. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1979. p. 14.

parte de sua intenção. E o fato de este fim não fazer parte de sua intenção nem sempre é o pior para a sociedade. Ao buscar seu próprio interesse, frequentemente ele promove o da sociedade de maneira mais eficiente do que quando realmente tem a intenção de promovê-lo.<sup>40</sup>

Se a atuação do autointeresse eliminou a necessidade de contar-se com a benevolência e a generosidade para o desenvolvimento dos negócios, sua figura complementar, a *mão invisível*, vem para garantir a precisão de sua aplicação. A *mão invisível* age nos mercados demonstrando ao empresário em quais lugares poderá buscar o lucro, promovendo o equilíbrio natural entre oferta e demanda, de fato, ela surge para complementar e corrigir possíveis desvios ou exageros da ação autointeressada. Por exemplo, se há um produto em abundância, o preço baixa e as pessoas procurarão algo mais necessário para fazer, porém se há um produto raro, e o mesmo falta no mercado, o preço sobe e as pessoas se dispõem a pagar mais, e dessa forma, desperta o interesse de outros, a fim de fornecê-lo. Essa é uma ação da *mão invisível*, mostrando o que fazer e o caminho para lucrar, e ao mesmo tempo, promovendo o bem coletivo através da oferta do que as pessoas mais precisam ou desejam. A busca do sucesso nos negócios faz o bem para a comunidade na qual atua, e, em um mercado livre, o autointeresse de produtores e consumidores produzirá naturalmente um resultado desejável por todos os envolvidos, independentemente de seu desejo em assim proceder. Os negócios podendo ser desenvolvidos em livre concorrência são naturalmente regulados pelo mercado, aumentando ou diminuindo o ritmo de produção conforme as demandas, provocando a queda de preços, estimulando as inovações tecnológicas necessárias para melhorar a qualidade dos produtos.

Em *Teoria dos sentimentos morais* (1759), Smith propôs um sistema moral baseado nos sentimentos, mostrando que a simpatia é a condição necessária e suficiente para fundamentá-lo. O autor parte da observação de sentimentos de piedade e compaixão para chegar ao conceito de simpatia, entretanto mostra que a simpatia também é despertada com a alegria do outro:

Por mais egoísta que se suponha o homem, evidentemente há alguns princípios em sua natureza que o fazem interessar-se pela sorte de outros, e considerar a felicidade deles necessária para si mesmo, embora nada extraia senão o prazer de assistir a ela.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> SMITH, Adam. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Lausanne: MetaLibri Digital Library, 2007.

<sup>41</sup> SMITH, Adam. *Teoria dos sentimentos morais*. São Paulo: Martins Fontes, 1999. Seção I. Cap. I.

Convivendo com o egoísmo, ainda que ele apareça com intensidade, a natureza do homem impõe um sentimento de atração moral, que conduz ao interesse pelo outro, um sentimento que representa a capacidade de não apenas se interessar pela felicidade do outro, mas também de regozijar-se com ela.

Smith fundamenta sua ética na simpatia e demonstra sua força e extensão, evidenciando que esta não apenas difere da benevolência, mas de maneira análoga a sua posterior defesa do autointeresse, que ela realmente não depende da benevolência. A simpatia entre diferentes pessoas é sempre agradável a ambas, pois “*sentimos prazer ao perceber que outros compartilham dos nossos sentimentos*”<sup>42</sup>. A partir disso, Smith constrói um modelo naturalmente sustentável, justificado pela produção de vantagens múltiplas e correspondentes, em que o compartilhar dos sentimentos seja de aprovação ou reprovação, aproxima, une e beneficia. Por isso, a simpatia surge não por bondade ou benevolência, mas por força natural, pois a natureza conduz à autossatisfação e uma utilidade natural deriva da simpatia, promovendo o bem de ambos.

Smith introduziu a figura do *observador imparcial* a fim de viabilizar julgamentos acertados e justos. Essa figura psicológica julga, aprovando ou desaprovando as ações das pessoas através de certa anulação e afastamento de si mesmo, de modo a compreender as motivações e sentimentos como é feito através dos olhos de outro.<sup>43</sup> O funcionamento desse método traz à luz o julgamento razoável e justo, possibilitando um melhor e mais preciso colocar-se no lugar do outro e mesmo que não seja atingida a completa aproximação da intensidade do sentido pelo outro, promoverá uma solidariedade mais completa e, evitará o calor dos sentimentos relativos aos que nos são próximos.

Finalmente, a importância dos sentimentos, entre eles o egoísmo, a simpatia ou a natural promoção dos interesses individuais não poderiam e nem funcionariam separados do sistema moral que foi aqui muito brevemente resumido. Para Smith, o mercado é um mecanismo de moralidade e suporte social e as decisões de negócio são tomadas, obedecendo ao mesmo sistema moral que qualquer decisão da vida humana. Já a função primordial da economia e dos negócios é promover o bem-comum e aceitar a convergência entre autointeresse e simpatia, passando a compreender que o primeiro não representa uma virtude, e sim uma função consequencialista de utilidade. Assim, os resultados da ação autointeressada são dese-

---

<sup>42</sup> SMITH, Adam. Teoria dos sentimentos morais. São Paulo: Martins Fontes, 1999. Seção I. Cap. II.

<sup>43</sup> NOVAK, Michael. The Spirit of Democratic Capitalism. New York: Simon and Schuster Publications, 1992. p. 146.

jáveis pelas benesses produzidas e não como princípio a ser aplicado indiscriminadamente para o julgamento moral.

Amartya Sen critica os especialistas que parecem conhecer somente o parágrafo que nega a simpatia ou bondade e afirma somente o autointeresse, pois dizem que é impossível conduzir os negócios sem uma ética fundada em princípios diferentes do egoísmo. O hábito de cumprir contratos, garantir a qualidade dos produtos e serviços oferecidos e a confiabilidade das instituições, entre uma série de outras coisas que são motivadas por outras razões que não do autointeresse, sendo basilares para as relações entre pessoas ou organizações. As relações econômicas que exigem a formação de alianças e a construção de laços cooperativos incluem criar riqueza para a comunidade, mantendo a honra e a tradição da família empresária e todos móveis de ação que não combinam com o interesse próprio.<sup>44</sup>

Certamente a ética nos negócios avançaria consideravelmente relendo a obra de Smith de maneira integrada, integrando suas conclusões, aproximando ética e economia e evitando a coleta de ideias isoladas em nome de um projeto ou teoria conforme uma conveniência.

45

### 3.3 MERCADO INSTÂNCIA DA VERDADE

O mercado ocupa papel central no mundo dos negócios. É no mercado que negociantes se reúnem, oferecendo o ambiente no qual o valor criado é compartilhado por meio das trocas, especialmente as monetárias. O que na Grécia Antiga era um lugar físico, um ponto de encontro, local de interação direta, transformou-se em grande medida num universo virtual, ponto de encontro onde interagem vendedores e compradores que não se conhecem pessoalmente, e muitas vezes nem falam a mesma língua, nem compartilham a mesma cultura. É esse “*novo mercado*” que torna possível o encontro da melhor oferta, a busca da maior vantagem, a realização do lucro no ambiente tecnológico contemporâneo. A ascensão do elemento monetário desvirtuou a satisfação produzida, antes ligada a um benefício direto do produto entregue ou do serviço prestado, lhe dando agora a forma de excedente em moeda.

Negócios, mercados e lucro estão ligados ao que é feito e ao que se é, pois constantemente o ser humano encontra-se engajado em alguma atividade para satisfazer suas necessidades ou desejos, apresentando-se, então, ao mundo, direta ou indiretamente, como homens

<sup>44</sup> SEN, Amartya. Does business ethics make economic sense? *Business Ethics Quarterly*. 3/1, 1993. p. 45-54

<sup>45</sup> KELLER, A. Craig. Smith versus Friedman: Markets and ethics. School of Accountancy, College of Business Administration, Missouri State University. *Critical Perspectives on Accounting* 18 (2007) 159–188

ou mulheres de negócios. Adicionada à segurança de que mecanismos naturais corrijam os desvios do mercado naturalmente, sem necessidade de intervenções, proporcionou a ascensão da importância e reconhecimento de seus julgamentos como padrão de conduta. Unir os esforços e as diferentes habilidades de muitos homens sob uma estrutura com vista a produzir o maior volume de dinheiro possível, tornou-se componente indispensável à vida.

A partir da análise do papel do dinheiro, o sociólogo alemão Georg Simmel (1858 - 1918) constata que com o advento da modernidade, o dinheiro passa a ocupar papel central na vida das pessoas, e ganhar dinheiro aparece como objetivo mais imediato do desejo e desenvolve-se a ideia de que a satisfação e a felicidade dele derivam:

Nunca um objeto que deve o seu valor exclusivamente à sua qualidade como um meio, a sua conversibilidade em valores mais definidos, tornou-se tão completamente e sem reservas em um valor psicológico absoluto, em um propósito final completamente cativante, governante de nossa consciência prática.<sup>46</sup>

O dinheiro concebido para representar o valor dos bens e facilitar as trocas, objeto representativo do valor de coisas verdadeiramente valiosas, acabou por incorporar a si o valor de tudo o que poderia proporcionar, e além, chega a simbolizar a realização de todos os desejos. A posse de recurso monetário escapa da condição de meio de troca, de elemento representativo de valor, de intermediário para a aquisição do necessário, do desejado ou satisfatório, e alcança a posição central de possuidor de valor em si mesmo. Desprezada sua função original, passa a ser perseguido como fim último.

Em *Dinheiro: o duplê da virtude*, Bittencourt analisa as consequências da transformação do meio de pagamento em símbolo de valor e, conseqüentemente, de bondade. Propõe: “Tendo a sociedade autenticado um poder àquele que o acumula, e onde o feio fica belo, o ignorante fica inteligente e até mesmo a virtude pode ser comprada, a busca por dinheiro tornou-se um dos grandes predicados de nossa época.”<sup>47</sup>

Assim, aquele que quer ser feliz deve ganhar dinheiro, pois possuí-lo representa sucesso, felicidade e poder, como que sua simples posse seja o equivalente ao gozo das coisas que ele pode proporcionar. O dinheiro é virtuoso e transmite essa qualidade ao seu possuidor, e ser capaz de ganhá-lo é sinal de eficácia, inteligência e beleza; Ganhar dinheiro passa a ser o vetor, a lei, o guia de julgamento.

<sup>46</sup> SIMMEL, Georg, *The Philosophy of Money*. p. 53.

<sup>47</sup> BITTENCOURT, Renato Nunes. *Dinheiro: o duplê da virtude*. Revista Filosofia - Portal Ciência e Vida. Disponível em: <<http://filosofiacienciaevida.uol.com.br/ESFI/Edicoes/75/artigo271824-1.asp>> Acesso em: 11 ago. 2013.

A instintiva noção de luta para sobrevivência que acompanha o homem ao longo da história, somada à ideia de dinheiro como sinônimo de satisfação, manifesta-se com muita intensidade no ambiente de negócios. O meio no qual os negócios são realizados é frequentemente descrito com características hostis, visto que nele fala-se em disputa pelos mercados, concorrência pela preferência do cliente, sendo descrito e assumido facilmente um linguajar de guerra. O elemento ético fundamental dos negócios, de atividade e meio para a sobrevivência, cede espaço para a ideia de técnica isenta de julgamento moral que se justifica pela simples produção de resultados monetários. Os princípios econômicos de fazer mais com menos, do livre-mercado como árbitro do justo e bom, do lucro como medida de sucesso levam o homem a ser caracterizado pelo que faz para sobreviver muito mais do que o que faz da vida em termos práticos, dos valores que preza, ou de atividades mais nobres, como a cultura, a erudição e a arte, quando claro não visam apenas o dinheiro. A busca pelo sucesso nos negócios pode com facilidade confundir-se com a busca da felicidade, de uma vida boa e justa e de uma vida ética.

Bittencourt atribui a ruptura dos fundamentos econômicos com os preceitos virtuosos clássicos aos desdobramentos científicos ocorridos na modernidade, à especialização dos saberes, ou seja, a separação das ciências da filosofia, somada ao poder atribuído a analistas econômicos e especuladores, declara:

A moderna tecnocracia capitalista caracterizou-se por vislumbrar a emancipação das atividades econômicas de qualquer elemento que não fosse exclusivamente associado aos parâmetros pecuniários. Nessas condições a Filosofia foi alheada radicalmente do âmbito econômico, rompendo o elo forjado no pensamento filosófico grego [...].<sup>48</sup>

Apartar a investigação filosófica e direcionar o espírito humano ao crescimento econômico para a produção de mais e mais dinheiro tem uma consequência nefasta e redutora para os negócios, uma vez que dissocia sua arte da ética e livra de remorsos as práticas injustas. Visto que, de fato, essas práticas permitem que se explorem alguns em benefício de outros, nas quais as pessoas são equiparadas aos meios de produção, tornando-se apenas recursos utilizados e, assim, sendo impedidas de viver dignamente.

Nas sociedades modernas a empresa ou organização passa a figurar como principal elemento do mercado. Organizações de diferentes tipos trabalham em conjunto, auxiliando-se

---

<sup>48</sup> BITTENCOURT, Renato Nunes. Dinheiro: o duplê da virtude. Revista Filosofia - Portal Ciência e Vida. Disponível em: <<http://filosofiacienciaevida.uol.com.br/ESFI/Edicoes/75/artigo271824-1.asp>> Acesso em: 11 ago. 2013.

mutuamente não somente dentro de um país, mas também globalmente. Forças do mercado e escolhas das organizações passam a impactar essencialmente as vidas das pessoas e a gestão de negócios é desenvolvida cientificamente, justificando seu funcionamento nos benefícios sociais gerados pelo desenvolvimento econômico. De fato, lucrar e crescer para fazer mais e mais dinheiro é o meio fundamental para garantir a liberdade, para melhorar a vida do homem, para disseminar a felicidade e a importância do desenvolvimento econômico é de tamanha grandeza que sua presença ou ausência pode terminar ou iniciar guerras.<sup>49</sup>

Em *A nova estratégia empresarial*, Ansof destaca a ampla defesa da busca do lucro, ou sua maximização, como objetivo mais natural da empresa, indicando que o lucro deve ser motivo de orgulho e assim, cita um líder comunista para endossar sua tese: “[...] para uma empresa, a questão do lucro é de grande importância como indicador econômico de sua eficiência.” (Nikita Khrushchev). Eficiência, fazer mais com menos, maior quantidade, mais rapidamente, com menores custos, acabam sendo o hino entoado pelas organizações de todos os tipos e os ditames do mercado são ainda mais fortes quando o organismo a que se dirige foi criado para atender suas demandas.

As mudanças tecnológicas, econômicas e sociais promovidas na Revolução Industrial e, mais rapidamente após a Segunda Guerra Mundial, levaram a necessidade sempre crescente de capital e aumentaram cada vez mais a pressão sobre as decisões de negócio, exigindo resultados cada vez maiores em menor tempo. As organizações estão inseridas em um complexo ambiente e são afetadas por uma ampla rede de forças exercidas pelos sistemas político-legais, econômicos, sociais e tecnológicos,<sup>50</sup> ou seja, os negócios são regulados pela legislação não apenas local, mas dos locais onde atuam e sofrem pressões do ambiente sociocultural no qual estão inseridos. As exigências do ambiente de negócios, da produção crescente, do fazer mais com menos, de gerar mais e mais lucro são recompensadas com polpudos prêmios e o resultado da catálise de ambiciosos objetivos empresariais com desejos pessoais exacerbados anula ou compõe sempre forte ameaça aos valores éticos.

Dessa forma, o lucro assume sim, papel central das trocas, pois busca um ganho além do despendido na produção do bem, sendo um benefício adicional que permite vantagem pelo bem entregue, o que está no âmago da questão. Entidades filantrópicas e beneficentes comumente se dizem sem fins lucrativos, mas apesar de não buscarem um prêmio monetário dependem de sua arrecadação para produzir os resultados desejados e não escapam da métrica

<sup>49</sup> BOUTROS-GHALI, Boutros. Building peace and development: 1994 report on the work of the organization from the forty-eighth to the forty-ninth session of the General Assembly. United Nations, 1994.

<sup>50</sup> WRIGHT, Peter L.; KROLL, Mark J.; PARNELL, John. Administração estratégica: conceitos. São Paulo: Atlas, 2000. p. 47.

pecuniária para aferir seus resultados. Para sobreviver, para poder operar, ou seja, realizar os fins para os quais foram propostas, atuam obrigatoriamente no mesmo sistema legal e econômico que todas as empresas e indivíduos e, por conseguinte seguem os mesmos padrões morais ditados pelo mercado.

A derrocada dos sistemas socialistas e a ampla adoção de economias de mercado reforça que o lucro está indissociável às relações, afinal, obter lucro não é apenas objetivo dos negócios como faz parte de sua constituição. Embora aconteçam muitos escândalos envolvendo negócios e o receio de depositar total confiança nos vendedores consuma energia e tempo considerável nas negociações, os avanços do livre mercado e os benefícios proporcionados pelo desenvolvimento econômico são admiráveis e cada qual tem buscado o melhor resultado para si, enfatizando o autointeresse e atraindo grande preconceito a essa atividade fundamental da vida humana. As transgressões se dirigem aos princípios éticos e muitas vezes, ultrapassam as barreiras da lei, e nem mesmo a mão invisível tomada dos escritos de Smith e nem a força do estado são suficientes para garantir os limites do bom e do justo.

No medievo, a defesa de um preço justo baseado na tradição ou no valor intrínseco dava certa estabilidade às trocas, no entanto nas economias de mercado oferta e procura são os balizadores para o estabelecimento dos preços. Em fevereiro de 2013, por exemplo, o tomate foi apontado como principal causador do aumento da cesta básica e, em conjunto com os outros bens essenciais, como vilão do aumento da inflação. Na safra anterior, o excesso de produto causou redução do preço, uma caixa de 22 kg era vendida a R\$ 3,00, e levou muitos produtores a descartar parte da produção pela impossibilidade de comercialização. Com a devida redução da área plantada e conseqüente diminuição da oferta, o tomate atingiu o preço de R\$ 40,00 a caixa, o maior preço em dez anos. A ação dos produtores, conduzida pela mão invisível do mercado, levantou o fruto do lixo ao luxo, porém o que antes era acessível universalmente passou a ser retirado das listas de compras dos menos afortunados.<sup>51 52 53</sup> Assim, a moral determinada pelo mercado não deixou espaço para justiça no acesso, nesse exemplo, do alimento.

Frederick W. Taylor (1856-1915), precursor da moderna administração, definiu o principal objetivo da administração científica, como assegurar o máximo de prosperidade ao

---

<sup>51</sup> FECAROTTA, Luiza. Especialistas criticam o tomate brasileiro, cujo preço é o maior dos últimos dez anos em SP. Folha de São Paulo, São Paulo, 19 set. 2012.

<sup>52</sup> DC Economia. Tomate puxa os preços da cesta básica em Florianópolis para cima em janeiro. Diário Catarinense, Florianópolis, 06 fev. 2013.

<sup>53</sup> G1. Produtores de tomate comemoram preço na região de Itapetininga, SP. G1 Itapetininga e região, 05 fev. 2013.

padrão e, ao mesmo tempo, o máximo de prosperidade ao empregado.<sup>54</sup> Seu modelo foi amplamente utilizado e cumpriu as promessas de produção e riqueza e o impacto da adoção de suas técnicas levou à redução de desperdícios e ao alcance de graus mais altos de eficiência. Os estudos desse autor foram fundamentais para o desenvolvimento da indústria e da administração como ciência, mas com a aplicação de suas ideias, o homem foi reduzido à simples parte de uma estrutura produtiva, e ignorado pelas suas dimensões humanas e sociais.

A visão negativa do trabalhador, encarado como preguiçoso e pouco capaz, levou ao desenvolvimento de instrumentos, padronização de métodos, técnicas de controle e condições de trabalho que obrigassem a cooperação e o desempenho. Ao desenvolver o conceito de biopoder, Michel Foucault chama essa estrutura de *tecnologia disciplinar do trabalho*, armada de procedimentos para controlar a distribuição espacial dos corpos individuais, sua classificação, ordenamento e distribuição, os treinamentos, as técnicas de produtividade, tudo regido pelo princípio econômico do produzir com o menor custo possível e caracterizado pelos aspectos de vigilância, hierarquias, inspeções, escriturações e relatórios.<sup>55</sup> Desse modo, está estabelecido o poder sobre os corpos e o homem é recurso, meio de produção, peça de uma engrenagem que não pode parar e só tem valor pelo que produz.<sup>56</sup>

Os avanços nos estudos do mercado e o desenvolvimento das ferramentas de marketing geraram resultados econômicos magníficos, e o homem apresenta-se como *homem econômico* ou simples agente econômico que responde aos estímulos mercadológicos. Foucault traduz essa redução, analisando o surgimento do mercado no século XVIII, momento em que o mercado passa a desempenhar o papel de *verificação* do valor das coisas, tornando-se assim um local da verdade, no qual o preço natural ou verdadeiro é determinado por ele. Esse novo status eleva a importância do mercado e sua influência, se não poder sobre as vidas das pessoas, o mercado converte-se em *instância suprema da verdade e instrumento de poder no mundo contemporâneo*.<sup>57</sup> Os negócios, a produção e o mercado passam a ter papel central na vida das pessoas e o resultado econômico passa a propósito teleológico do homem, assim a riqueza assume caráter de justo e belo. Ao contrastar com a ética teológica medieval que colocava Deus no centro de todo agir e fazer, e o padrão de justiça e bondade que dirigia-se a louvação e conquista do perdão divino, o homem econômico, guiado pela acumulação de riqueza, tor-

<sup>54</sup> TAYLOR, Frederick Winslow. Princípios de administração científica. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1990. p. 24.

<sup>55</sup> FOUCAULT, Michel. Em defesa da sociedade: curso no Collège de France (1975-1976). São Paulo: M. Fontes, 2005. p. 288.

<sup>56</sup> Essa questão foi muito bem ilustrada em: CHAPLIN, Charles. Tempos modernos. [Filme-vídeo]. EUA-França, 1936. 87 min. P&B.

<sup>57</sup> FOUCAULT, Michel. Nascimento da biopolítica: curso no Collège de France (1978 -1979). São Paulo: M. Fontes, 2008. Aula de 17 de janeiro de 1979.

nou-se uma divindade, um homem-deus, dominando o processo de produção, porém, perdendo sua razão de ser.<sup>58</sup>

Buarque, analisando a evolução histórica da economia e sua relação com a ética, constata que o desenvolvimento da economia como ciência deixou como legado uma indesejável independência da ética:

Ao humanizar-se tão radicalmente, como se fosse Deus, humanizou-se brutalmente, rebaixando-se às coisas que fazia. Ao subir, caiu. Subiu com o poder da lógica, caiu sem o poder da crença. Perdeu uma razão maior de ser, como a cultura entre os gregos, o céu entre os escolásticos [...] o meio se justificou e se fez fim.<sup>59</sup>

A separação do fazer, do produzir, construir, empreender, dos valores morais necessários à vida justa e boa, transforma o produto do trabalho, o resultado econômico em fim com valor próprio, em objeto a ser perseguido como bem supremo.

A visão de que produção crescente sem ligação com um propósito maior tornou a riqueza um fim em si mesma, e a valorização exagerada das coisas induz o homem a ser valorizado apenas pelas coisas que produz. Ao contrário do apregoado pelos economistas, o desenvolvimento que proporcionou tantos avanços na eficiência falhou em distribuir as benesses de seus frutos. A crença de que a ampla adoção dos ideais liberais se encarregaria de premiar a todos com conforto e satisfação sucumbiu ao poder da acumulação. Em Desenvolvimento como liberdade, Amartya Sen contabiliza: “Vivemos em um mundo de opulência sem precedentes, de uma maneira que seria dificilmente imaginada um século atrás [...] E ainda vivemos em um mundo de extraordinária privação, pobreza e opressão [...]”<sup>60</sup>

O dinheiro pelo dinheiro ou a produção para o acumulo, a busca de riqueza por si como abominado pelos gregos e cristãos medievais aparece como ator principal na manutenção da pobreza, no abandono e segregação dos necessitados, e no aumento das diferenças, caminhando em direção contrária aos ideais iluministas de igualdade, liberdade e fraternidade, estrelas do mundo moderno. Esse projeto de mundo requer ajustes urgentes, a fim de salvar a humanidade de grave retrocesso moral.

Os noticiários mostram mundo afora uma escalada da violência, o consumo de drogas lícitas e ilícitas aterrorizando e destruindo famílias, a competição exacerbada no trabalho, as pressões do desemprego e incertezas doentes e um cenário de decadência ecológica desenhando-se em forma catastrófica. De fato, esses são sintomas de que os avanços econômicos

<sup>58</sup> BUARQUE, Cristovam. Da ética à ética – minhas dúvidas sobre a ciência econômica. Curitiba: Ibpex, 2012.

<sup>59</sup> Ibid., p. 56.

<sup>60</sup> SEN, Amartya. Desenvolvimento como liberdade. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. xi, xii.

carecem de um sentido e de uma métrica diferentes, baseados em outros valores que não o pecuniário. A felicidade num carrinho de compras parece não mais caber, pois se extingue logo após, ou muito frequentemente antes da chegada da fatura do cartão de crédito.

Cyert and March<sup>61</sup> argumentam que os objetivos são das pessoas e os objetivos organizacionais provêm das pessoas que as detém, são os objetivos dos participantes influentes, negociados e consentidos de comum acordo entre eles. Se os objetivos são determinados pelas pessoas, então, administradores têm interesses profissionais e éticos obedientes à maximização do lucro.<sup>62</sup> A partir dessa assunção, a ética nos negócios apresenta-se diante de um desafiante raciocínio circular, pois os princípios que orientam a atuação dos negócios, as leis do mercado, influenciam e podem determinar as decisões individuais, as organizações que justificam seus atos pela vontade, a influência e determinação de seus participantes. Claro que não existirão organizações sem as pessoas que as formam, mas cabe perguntar se o mercado, o ambiente de negócios, compreendendo todo o entorno sociocultural, político-legal, concorrencial, determinantes de sua moral, se não deve, a partir de cada agente individual, questionar esse padrão de bondade tão arraigado? É possível, conciliar negócios e ética? Como aproximar o ganhar o pão de cada dia com o agir dentro de valores de bondade e justiça? Como fazer negócios de maneira digna?

### 3.4 PROSPERIDADE E VIRTUDES

O pensamento clássico reconhece claramente o papel dos negócios e seu valor para a vida humana, e liga-o direta e intimamente às leis que regem as tarefas econômicas, a economia, a organização e a ocupação da casa, o *ethos*. Os fazeres, as artes e também os negócios estão diretamente subordinados ao caráter, aos valores éticos que norteiam as escolhas, ao dever imposto pela promoção da bondade e da justiça. O resultado excelente do negócio é aquele que promove um bem superior aos bens utilitários e mediadores do bem supremo e o papel dos negócios é possibilitar ao homem a realização plena do seu fim natural, bom e perfeito.

A busca pelo melhor para si mesmo, elemento indissociável dos negócios, remete a outro aspecto básico dos negócios: entregar algo, produto, serviço ou ideia, útil à vida de outros como meio para sua sobrevivência, para satisfazer suas próprias necessidades, para saciar seus desejos, fazendo parte mesmo das sociedades mais rústicas e permeando a existência da

---

<sup>61</sup> CYERT, Richard M.; MARCH, James D. A behavioral theory of the firm. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1963.

<sup>62</sup> ANSOFF, H. Igor. A nova estratégia empresarial. São Paulo: Atlas, 1990. p. 47-50.

humanidade. Afirma Ahner: “Os negócios são essencialmente uma atividade humana. A capacidade de trocar bens e serviços é atividade natural pela qual as pessoas ajudam-se mutuamente para alcançar um bem maior para todos.”<sup>63</sup>

O objetivo do trabalho e dos negócios é produzir algo que tenha valor para outros, para que a troca e o comércio sejam possíveis. Criar valor uns para os outros e comercializar constam como elementos fundamentais do que são os seres humanos, e antes mesmo de surgirem cidades, eleições ou internet, já se especializava o trabalho, se cooperava e comerciava.<sup>64</sup>

O modelo econômico de criar valor e comerciar conduz a potência do fazer fundir-se com a do agir, derivando a bondade e a justiça nos negócios diretamente da aplicação individual da ética, dos valores justos e bons à prática dessa atividade tão importante para a vida, assim a ética abrange todo esse processo interativo. O Estado surge como estrutura ordenadora dessas relações humanas significativas, e o modelo social nele manifestado impõe limites, estabelecendo regras e possibilitando o convívio harmônico, preservando o bem comum; Também corrige os desvios, aplicando sanções, elementos da constituição do Estado justo. Entretanto, o agir corretamente, de maneira justa e boa, assenta-se sobre a escolha individual, independente e razoável de cada um.

É esse o *telos* dos negócios, o fim a que se dirige essa prática. A troca de interesses, o intercâmbio de benefícios e vantagens e a utilidade do negócio propõe um mandamento ético poderoso, pois é de sua função que surge seu valor moral. Conclui Ahner: “Sendo atividade humana, a atividade de negócios é, por isso, atividade moral. Toda atividade que se identifique como humana o é porque se origina de alguma dimensão de liberdade ou escolha.”<sup>65</sup>

E mesmo tratando-se de opção compulsória pela sobrevivência, as escolhas nos negócios ainda configuram exercício de liberdade. A escolha de especializar-se em algo que tenha valor para os outros e trocar por algo que lhe ofereça vantagem traz em si o dever ético de fazê-lo de maneira justa e boa. Criar valor e comerciar é fazer negócios, mas não basta que o negócio seja apenas lucrativo, é necessário que o negócio cumpra seu dever ético, pois uma vez que fazer negócios é criar valor, deve, então, beneficiar os envolvidos, proporcionando o bem e não apenas uma das partes envolvidas na transação, mas sim comprador e vendedor devem ser beneficiados. O mercado e seu meio devem ser preservados e há aí um componente ético irrefutável e abrangente que merece profunda reflexão por todos os homens e mulheres de negócios.

---

<sup>63</sup> AHNER, Gene. *Ética nos negócios: construir uma vida, não apenas ganhar a vida*. São Paulo: Paulinas, 2009.p. 42.

<sup>64</sup> PLATÃO, *A república*. São Paulo: Martin Claret, 2006. Livro II. p. 104.

<sup>65</sup> AHNER, op. cit., p. 43.

Aristóteles analisa a vida da maioria dos homens de seu tempo em busca do que é o bem e a felicidade. Sua pergunta qual a vida que vale a pena ser vivida tem por objetivo a construção de conhecimento chave para a tomada de decisões acertadas, pois compreender o sentido da vida é condição para a sabedoria necessária às escolhas justas e boas. Perguntar sobre o que é a vida boa passa por identificar o que é o bem para indivíduos e sociedades, e aponta claramente qual é o bem que deve ser gerado pelos negócios e sem dúvida, a conduta pessoal, econômica e política devem ser regidas pela promoção desse bem. Avalia Rossouw: “Sem pelo menos uma noção do que é uma boa vida e uma boa sociedade, torna-se impossível oferecer qualquer conselho significativo nas questões morais que surgem em vários domínios e disciplinas.”<sup>66</sup>

Nos negócios, o estudo isolado de leis econômicas e mercadológicas não faz sentido sem a devida compreensão do impacto de suas atividades sobre o conjunto da sociedade. É certo de que atualmente, vive-se em um ambiente de negócios capitalista, em que o lucro é componente essencial à sustentabilidade dos negócios, porém os negócios existem para promover uma existência digna e valorosa e, por tratar-se de prática social seu desafio é estender suas benesses ao coletivo.

As promessas de satisfação e prazer quase ilimitados dominantes nas campanhas comerciais, o assédio dirigido aos consumidores por todos os meios de comunicação disponíveis, possíveis e imaginários, as promessas de beleza cinematográfica, evidenciam a dicotomia entre o comportamento dos negócios e seu fim. Já Aristóteles, contrariando os hedonistas, refuta que o bem maior seja o prazer e compara a animais os que limitam sua vida ao gozo:

[...] a maioria dos homens e os mais vulgares de todos supõe que o bem e a felicidade são o prazer; é por esse motivo que escolhem de bom grado uma vida dedicada à sua fruição. Há, então, três formas principais de viver a vida: aquela que foi agora mencionada; em segundo lugar, a que é dedicada à ação política e, em terceiro lugar, a que é dedicada à atividade contemplativa. A maioria dos homens parece estar completamente escravizada e preferir uma vida de animais de pasto. (EN I, 2, 1095b14)<sup>67</sup>

A dureza de suas palavras afastaria rapidamente de uma discussão como essa qualquer homem de negócios, economista ou talvez até a maioria dos estudantes de gestão. Sua mensagem aparece, no entanto, com grande significado no mundo contemporâneo, no qual as pessoas questionam a vida estressada e consumista que levam em que o contato pessoal e a

<sup>66</sup> ROSSOUW, Dean. Practising Applied Ethics with philosophical integrity: the case of Business Ethics. In: Business Ethics: A European Review. v.17. n.2. Oxford: Blackwell, 2008.

<sup>67</sup> ARISTÓTELES. A ética a Nicômaco. Tradução do Grego de Antônio de Castro Caieiro. São Paulo: Atlas, 2009. p 30.

carência de valores humanos tornam-se marcadamente presentes, e quando os recursos essenciais do planeta são ameaçados pela exploração inadequada ou pelo impacto das atividades empreendidas pelo homem.

Aristóteles propõe em sua pesquisa ética, identificar um padrão superior de bondade que serviria como guia para todos os agires. Para ele, o bem emana como algo completo, definitivo, que basta como fim último a ser obtido: “Na verdade, simplesmente completo é aquele fim que é escolhido segundo si próprio e nunca como meio em vista de qualquer outro. Um fim desse gênero parece ser, em absoluto, a felicidade (EN I, 2, 1097a15).”<sup>68</sup>

A felicidade é apontada como o bem supremo, o fim último, que é bastante e suficiente por si, independente de qualquer outro elemento, desejado e buscado por todos. Esse objetivo magno, a felicidade, se expressa através dos valores da alma especialmente pelo saber, incluindo aí a sabedoria de agir bem. O trabalho, os negócios, a eficiência ou os lucros não são de modo algum expressão máxima de bem, nem podem ser tomados como padrão ou métrica, visto que ocupam sim uma posição inferior na hierarquia das atividades humanas, e visam sim a um bem, porém é um bem que serve de meio para alcançar-se a felicidade, não devendo ser desejados por si mesmos.

A busca da riqueza, bem como do prazer e da honra, não apenas é apontada como transitória, mas, principalmente, contrária ao que diferencia o homem dos outros animais e coisas. Aristóteles defende que a busca de riqueza associa-se à tirania ou opressão diferindo do bem que investigava por isso, a riqueza é caracterizada pela utilidade, não por si própria, mas pelo que se pode obter através dela:

A vida dedicada à obtenção de riqueza é de certa forma uma violência e a riqueza não será manifestadamente o bem de que estamos à procura, porque é meramente útil, portanto, enquanto útil, existe apenas em vista de outra coisa diferente de si. (EN I, 2, 1096a1)<sup>69</sup>

Produzir riqueza não deve ser um fim em si mesmo e também não tem valor por si só porque somente por amor ao próprio objeto são escolhidos os valores (Política 1257b25). Certamente se vivesse nos tempos atuais, Aristóteles questionaria veementemente a visão presente dos negócios e seu papel dominante nas vidas humanas.

Essa ideia de felicidade como fim último está profundamente ligada à independência, capacidade de bastar-se a si, de ser autossuficiente, e ligada com o destino humano de viver

---

<sup>68</sup> Ibid., p. 26.

<sup>69</sup> Ibid., p. 22.

em sociedade, o homem é *zoon politikon*, animal social e político, determinado à vida em família, com amigos e vizinhos. Para o homem a boa vida é aquela: “vivida conjuntamente com os pais, filhos e mulher e, em geral, amigos e concidadãos, uma vez que o Humano está destinado, pela sua natureza, a existir em comunhão com os outros.” (EN I, 2, 1097a15)<sup>70</sup>

A partir disso, os negócios posicionam-se no centro da realização da boa vida, pois além dos bens essenciais para a satisfação, sua dinâmica é transacional, de intensa convivência entre todos os envolvidos, pois fazem parte da vida em família, da busca pelo sustento, pela satisfação das necessidades da casa e também estão inseridos na vida comunitária.

Para Aristóteles, a essência da felicidade, a vida que vale a pena ser vivida está ligada à realização da função específica do homem, pois percebe-se que o bem emana do exercício dessa função própria, que o diferencia dos animais e plantas:

É que o viver parece ser comum também aos vegetais [...] Segue-se uma certa função vital perceptiva, a qual parece ser comum ao cavalo, ao boi e a todo ente vivo. Resta, então, uma certa forma de vida inerente na dimensão da alma que no Humano é capacitante da razão (EN I, 2, 1098a1).<sup>71</sup>

O homem é *zoon logikon*, animal racional e comunicativo que possui a capacidade de agir segundo a razão. Sua finalidade é, então, definida pela aplicação dessa função da alma: agir segundo a razão, e através da prática constante do agir razoável torna possível a felicidade.

A especulação filosófica, a valorização das atividades estéticas e virtuosas fundaram as bases da cultura ocidental: ciências exatas, humanas, sociais, literatura, teatro e a base de quase tudo o que é conhecido atualmente. Ser e conhecer foram eleitos fins com valor próprio, expressão da felicidade, vetores de desenvolvimento social, princípios orientadores éticos. Para o grego, a necessidade de ser ético é natural, e buscar a excelência em todos os aspectos da vida é parte desse princípio. Os negócios são meios de subsistência e a riqueza efetiva de seu valor ocorre quando o meio permite ao homem viver com dignidade e dedicar-se a tarefas nobres, intelectuais e contemplativas, pois o foco exclusivo nas atividades de negócios afasta o homem do fim para o qual existe, tornando-se suscetível a atividades inferiores, grosseiras, diferente das especulativas e teóricas merecedoras de dedicação e que levam o homem a realização de sua função mais nobre, conforme sua natureza. Na sociedade aristocrática grega os

---

<sup>70</sup> Ibid., p. 26.

<sup>71</sup> Ibid., p. 27.

negócios e atividades laborais eram deixados para as camadas inferiores da sociedade, visto que os cidadãos deveriam dedicar-se à política.

A visão aristotélica do homem propõe a busca por outros valores para a existência e acrescenta a relação com os semelhantes, a função social, como basilar para o cumprimento do desígnio humano. Suas ideias descrevem a conexão sublime entre bem individual e bem comum e atribui à realização política, ou seja, a busca da felicidade social como destino da humanidade: “O bem que cada um obtém e conserva para si é suficiente para dar a si próprio por satisfeito; mas o bem que um povo e os Estados obtêm e conservam é mais belo e mais próximo do que é divino.” (EN I, 2, 1094b1)<sup>72</sup>

A colaboração, a união em torno de objetivos comunitários e a realização social fruto da atividade política é a expressão sublime do agir humano. Fazer para si é bom, fazer de maneira que todo o seu grupo seja beneficiado deve ser colocado acima, como objetivo superior, manifestação do que melhor o homem pode e deve cumprir para com seu desígnio natural.

Urge questionar os negócios em todos os níveis, nos governos, empresas, na família e nos núcleos familiares, na medida em que a vida contemporânea aproxima-se ou afasta-se da felicidade proposta por Aristóteles. A pergunta: “Por que vida vale a pena ser vivida?” continua atual e a discussão comunitária desse tema deveria ocupar parte considerável do tempo de gestores públicos e privados, em prol de uma reflexão da proposta virtuosa clássica pelo homem contemporâneo, contribuindo de maneira muito significativa para a solução de problemas críticos como a competição exacerbada presente na sociedade atual, os apelos consumistas e valores voláteis, as fomes que persistem num mundo repleto de avanços materiais e a opulência. O que se faz para viver será sempre importante e insubstituível, mas não pode e não deve ser medida redutora para o que se é e o que se pode vir a ser.

---

<sup>72</sup> ARISTÓTELES, op. cit., p.18.

## 4 RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS NEGÓCIOS

O conceito de ética nos negócios surge fortemente ligado ao conceito de responsabilidade social das organizações. A ética pode ser considerada como um conjunto de valores e regras que determinam o que está certo e/ou que está errado. Assim, agir de maneira ética significa fazer escolhas adequadas ao que é bom e justo, que vai além de respeitar os princípios morais geralmente aceitos pela sociedade. Os princípios éticos posicionam-se acima dos costumes vigentes em determinado tempo ou grupo social e constituem regras gerais de comportamento que não podem ser estabelecidas ou modificadas pelas decisões de indivíduos isoladamente ou pelos poderes instituídos. No plano empresarial, a ética refere-se à tomada de decisões de gestão, isto é, às escolhas efetuadas pelos gestores frente às várias opções tendo como plano de fundo a moralidade.

As organizações, buscando a realização dos seus objetivos pré-determinados, prestam grande contribuição ao bem-estar das pessoas através da qualidade da gestão, ou seja, através das escolhas certas, justas e boas. Existem, porém, inúmeras situações em que os interesses da organização são diferentes dos interesses da sociedade, o que acaba colocando os gestores em dilema, podendo gerar atuações menos éticas. A incompatibilidade entre os interesses da organização e os interesses pessoais dos seus membros ou entre os interesses da própria organização e os da sociedade são as causas mais comuns para as situações de falta de ética. Estas situações ocorrem geralmente com a busca de resultados no curto prazo, a “qualquer preço” ou por quaisquer meios, inclusive aí meios ilegais ou injustos, utilizando-se de recursos da organização para benefício próprio, ou ainda deixando de executar funções ou tarefas que se supõe sendo executadas entre diversas outras situações.

Hoje, existe ampla legislação visando evitar muitas das situações consideradas antiéticas, porém a lei não consegue dar conta de todas as situações possíveis. Por isso, a fim de preencher algumas lacunas da legislação em tratar de situações específicas do contexto em que se inserem e das atividades que se desenvolvem, muitas organizações elaboraram os seus próprios códigos de conduta, chamados geralmente de códigos de ética. Desse modo, submetem seus membros a cumprir com um padrão de procedimento que preserva determinados valores julgados essenciais para seu bom funcionamento. Esses códigos assemelham-se aos códigos deontológicos, também chamados códigos de ética, criados geralmente pelas associações patronais, profissionais, setoriais e regionais e que obrigam os seus associados a respeitarem determinadas regras de conduta.

A conduta ética, no entanto, só é possível se cada indivíduo atuar de maneira moralmente adequada, ou seja, não colocando os seus interesses pessoais à frente dos interesses da organização e da sociedade. De fato, escolher a coisa certa a fazer é dificultado no momento em que os gestores se colocam a frente de opções contrárias que prometem proporcionar maior rentabilidade e ganhos financeiros. Porém, esse é o estreito espaço pelo qual surge a grandiosidade do caráter dando vazão aos comportamentos éticos.

Esse capítulo analisará, em sua primeira parte, a proposta de Responsabilidade Social dos Negócios (RSN) articulada por R. Edward Freeman no artigo *Stakeholder Theory of the Modern Corporation – Teoria das partes interessadas da corporação moderna*. Buscará, também explicitar o padrão ético dos negócios proposto pela teoria das partes interessadas da corporação moderna. Perguntará, inclusive pelo dever dos acionistas, que investiram dinheiro na empresa e que geralmente determinam sua atuação, compartilhando o poder com outras partes. Também fará a seguinte pergunta: que participação a administração, empregados, clientes, fornecedores e comunidade local devem ter na constituição e podem dar definição aos rumos da empresa?

A segunda parte dedicar-se-á à crítica dirigida à RSN desenvolvida por Milton Friedman, no artigo *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*, ou *A responsabilidade social dos negócios é aumentar seus lucros*. Que ética, segundo Friedman, deve ser exigida das empresas?

A terceira e última parte observará a proposta de Peter Drucker para a ética nos negócios expostas no artigo *What is business ethics?* ou *O que é ética nos negócios?* É necessária uma ética para empresas diferentes das éticas aplicadas às pessoas? Qual o modelo moral adequado a cumprir com as necessidades de padrão ético para empresas e pessoas igualmente?

#### 4.1 PADRÃO ÉTICO NA TEORIA DOS STAKEHOLDERS

Freeman<sup>73</sup> desafia a visão dominante apontando as empresas como detentoras de um dever social com as pessoas afetadas por sua operação e alerta que o futuro do sistema capitalista requer uma revisão de conceitos. Para ele, a renovação começa com a substituição da ideia de obrigação dos gerentes para com os acionistas pelo compromisso fiduciário com as

---

<sup>73</sup> FREEMAN, R. Edward. Stakeholder Theory of the Modern Corporation. In: Business in Ethical Focus: An Anthology. Fritz Allhoff, Anand J. Vaidya. Ontario, Canada: Broadview Press, 2008.

partes interessadas, nas quais ele considera fornecedores, clientes, empregados, acionistas e comunidade em que atua. Freeman avança:

Sustento que os desafios legais, econômicos, políticos e morais impostos a atual teoria da firma, como um nexo de contratos entre proprietários dos meios de produção e clientes, exige a revisão desse conceito. Qual seja, cada um desses grupos de interessados tem o direito de não ser tratados como meios para algum fim, e, portanto devem participar da determinação da direção futura da empresa na qual eles tem participação.<sup>74</sup>

De representante dos acionistas promovendo a realização de suas visões e diretrizes, em geral inexoravelmente atreladas à maximização dos lucros, o gerente tem seu papel ampliado e passa a encarar as partes interessadas como detentoras do direito de participar também da determinação do destino da organização. A inovadora proposta do autor, dirigi-se ao âmago do conceito de negócio, promovendo uma inversão arrojada no papel do gestor e propõe uma Teoria das partes interessadas, partindo da pergunta: para benefício de quem e à custa de quem uma empresa deve ser administrada? E analisa a visão dos grupos interessados e suas implicações ao futuro do sistema capitalista.

Freeman ataca a estrutura gerencial capitalista com argumentos legais e econômicos. Seu ponto de partida é a relação estabelecida entre a administração e os acionistas:

A ideia básica de gestão capitalista é que em troca do controle da firma, a administração persiga os interesses dos acionistas. A possibilidade e capacidade de buscar livremente transações no mercado com fornecedores e clientes é central na visão gerencial da empresa.<sup>75</sup>

Assim, o administrador tem autonomia para conduzir os negócios sem a necessidade de subordinar cada ato aos acionistas, basta apenas que ele receba as diretrizes e os objetivos para poder atuar livremente no mercado.

Portanto, Freeman constrói o primeiro argumento sobre a questão legal e aplica a questão proposta à seara da lei, que mesmo sem dar uma resposta direta, contém em seus códigos elementos que apontam às obrigações legais da corporação. Perante a lei, ficam estabelecidas as obrigações do administrador em agir em nome dos acionistas, por exemplo: as empresas assumem personalidade jurídica e, claro, devem agir dentro dos limites impostos pela legislação, além de que têm a característica de serem estabelecidas por tempo indeterminado, o que o autor chama imortalidade, pois sua duração ultrapassa a dos seus membros e aos acio-

<sup>74</sup> FREEMAN, op. cit., p. 39.

<sup>75</sup> Ibid., p. 39.

nistas, cabem processar diretores e gerentes que agirem diferente de suas determinações e fora da lei.

Já no decurso do último século, a lei tem evoluído em outra direção:

[...] a lei evoluiu para restringir efetivamente o atendimento aos interesses dos acionistas à custa de outros demandantes da empresa. Tem, em consequência, determinado que as demandas de clientes, fornecedores, comunidades locais e empregados sejam levadas em consideração.<sup>76</sup>

Ou seja, a legislação cresce na concessão de maior proteção para todas as partes envolvidas na relação empresarial, promovendo os direitos de clientes, fornecedores e empregados e comunidades. Além disso, Freeman analisa as leis norte-americanas que visam atender os anseios desses interessados, sendo acrescido a esse texto, comentários sobre a situação brasileira.

A relação entre compradores e vendedores evolui em direção a maior atenção aos primeiros, e Freeman destaca que a norma *caveat emptor*, “(toma) cuidado, comprador”, mudou para *caveat venditor*, “(toma) cuidado, vendedor”<sup>77</sup>, marcando uma mudança tremenda na relação comercial. A responsabilidade sobre produtos e serviços já estava presente no Brasil desde o Código Comercial de 1840, entretanto, teve seu marco da evolução na defesa dos interesses do consumidor brasileiro com a Lei 8078 sancionada no início de 1990 e conhecida como Código de Defesa do Consumidor. A mesma Lei que criou inclusive o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor vinculado à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça. Ademais, também outras entidades civis passam a atuar na proteção e defesa dos interesses de associados, a exemplo da Associação das Vítimas de Erros Médicos, a ANDIF - Associação Nacional dos Devedores de Instituições Financeiras e a ANMM - Associação Nacional dos Mutuários e Moradores. Nessa década, também é criado o BRASILCON - Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor, entidade de caráter técnico, científico e pedagógico.

Dentro da linha traçada por Freeman, também as relações com empregados ganharam importante amparo legal. Visando atender as demandas do crescente mercado de trabalho que se desenvolvia no país, em 1939, foi criada a Justiça do Trabalho e, em 1942, foi assinado o Decreto-lei nº. 5.452, de 1º de maio de 1943, denominado Consolidação das Leis do Trabalho, que reuniu e organizou as leis trabalhistas, determinando duração (jornada) do trabalho,

---

<sup>76</sup> FREEMAN, op. cit., p. 39.

<sup>77</sup> Ibid., p. 40.

salário mínimo, férias anuais, segurança e medicina do trabalho, proteção ao trabalho da mulher e do menor, previdência social e regulamentações de sindicatos das classes trabalhadoras. Desde então, a legislação trabalhista tem recebido frequentes aprimoramentos, mas também tem sido alvo de críticas frequentes, principalmente, da classe empresarial e por isso, atualmente, existem discussões quanto à flexibilização de suas normas, visando oferecer maior liberdade nas negociações entre patrões e empregados.

A lei também tem regulado em maior amplitude as relações das empresas com as comunidades nas quais atuam. O tema mais notável nesse aspecto são os cuidados com o meio ambiente, que aparecem na legislação brasileira desde 1934 com a criação do Código de Águas e do Código Florestal. A partir de 1981, a estrutura legal dedicada a esse tema começou a ser modernizada merecendo destaque a Lei 6.938 da Política Nacional de Meio Ambiente que infere sobre questões relacionadas ao planejamento, gestão e fiscalização. Hoje, o Brasil conta com normas específicas cobrindo a fauna, a flora, poluição, ordenamento urbano, patrimônio cultural, proteção e recuperação do meio ambiente. Em conjunto com a Lei de Crimes Ambientais, a legislação nacional forma um conjunto de leis ambientais considerado um dos mais avançados do mundo.<sup>78</sup>

A legislação tem se mostrado diferentemente da ideia dominante da relação dos administradores como agentes, que defendem e representam unicamente os interesses dos acionistas, afinal ela tem mostrado que outras partes interessadas têm também direitos sobre a atuação empresarial. Assim, Freeman argumenta demonstrando que sua questão “*Para benefício de quem e à custa de quem uma empresa deve ser administrada?*” passa a ser respondida pela forma da lei: “A resposta proposta pela gestão capitalista é claramente 'os acionistas', mas eu tenho defendido que a lei tem progressivamente envolvido essa resposta”.<sup>79</sup>

Se a lei reflete como a sociedade deve agir, então, Freeman tem razão em afirmar que a resposta da sociedade para sua questão vai muito além da simples satisfação dos acionistas, pois fica evidente que há um dever da empresa e conseqüentemente de seus administradores em atender também os anseios das outras partes interessadas em sua operação, e contrariando com propriedade a noção de que além de bons produtos e serviços, a única contribuição social da firma se dá através dos impostos.

O segundo argumento dirige-se, então, ao aspecto econômico da empresa, dessa forma Freeman classifica a defesa da maximização dos interesses dos acionistas como um ato de

<sup>78</sup>AGÊNCIA BRASIL. Legislação ambiental brasileira é uma das mais modernas do mundo, diz especialista. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2011-05-08/legislacao-ambiental-brasileira-e-uma-das-mais-modernas-do-mundo-diz-especialista>>. Acesso em: 29 set. 2013

<sup>79</sup>FREEMAN, op. cit., p. 40.

ideologia por parte da gestão capitalista. O autor assinala: “No criticismo perene à regulamentação governamental a gestão adota a doutrina da 'mão invisível'. Ela sustenta que cria o maior bem para o maior número, sendo assim o governo não precisa interferir”.<sup>80</sup>

Esse modelo, porém, não ultrapassa o ideal exposto em suas palavras, já que a existência de externalidades<sup>81</sup>, de risco moral<sup>82</sup> e de monopólios<sup>83</sup> estão aquém da ação da teoria proposta, aliás, constam muito bem representadas nas leis anteriormente descritas. As externalidades, ou efeitos laterais dos negócios, atingem bens públicos como o ar ou água, configurando um problema pontual. Freeman, além disso, ainda cita o problema da “*tragédia dos comuns*”<sup>84</sup> e o problema dos “*parasitas*”<sup>85</sup>, sinalizando que tais problemas atingem as sociedades humanas nas mais diversas atividades e desde muito tempo, e isso acontece porque as empresas não têm incentivos para limpar, nem para não poluir, pois esses custos diminuem as já baixas margens. Freeman lembra de que:

Desde a Revolução Industrial, as empresas têm procurado internalizar os benefícios e externalizar os custos de suas ações. Os custos tiveram que ser suportados por todos, através de taxaço e regulamentações; até que tivemos as leis ambientais de emergência da década de 1970.<sup>86</sup>

O aumento das despesas com despoluição e o devido controle impuseram altos custos aos governos e levaram a imposição de tarifas e impostos para suportá-los, e, além disso, induziram uma obrigatoriedade às empresas em tratar e diminuir seus resíduos. A fim de fiscalizar, as leis brasileiras acompanham esse movimento, e no que tange ao uso dos bens comuns, são feitos esforços consideráveis na defesa dos interesses sociais sobre os recursos naturais e sobre a poluição, servindo de exemplo a polêmica acerca da aprovação do Código Florestal. Certamente, os custos com preservação, economia de recursos, redução de emissões

<sup>80</sup> FREEMAN, op. cit., p. 41.

<sup>81</sup> Externalidades são os efeitos laterais de uma decisão sobre aqueles que não participaram dela. Geralmente, refere-se à produção ou consumo de bens ou serviços sobre terceiros, que não estão diretamente envolvidos com a atividade. Ela pode ter natureza negativa, quando gera custos para os demais agentes (poluição atmosférica, de recursos hídricos etc.), ou natureza positiva, quando os demais agentes, involuntariamente, se beneficiam, (investimentos governamentais ou privados em infraestrutura e tecnologia).

<sup>82</sup> O conceito de risco moral (em inglês, moral hazard) se refere à possibilidade de que um agente econômico mude seu comportamento de acordo com os diferentes contextos, nos quais ocorre uma transação econômica.

<sup>83</sup> Em economia, monopólio (do grego monos, um + polein, vender) designa uma situação particular de concorrência imperfeita, em que uma única empresa detém o mercado de um determinado produto ou serviço, conseguindo, portanto influenciar o preço do bem que comercializa.

<sup>84</sup> A tragédia dos comuns é um tipo de armadilha social, frequentemente econômica, que envolve um conflito entre interesses individuais e o bem comum no uso de recursos finitos. Ela declara que o livre acesso e a demanda irrestrita de um recurso finito terminam por condenar estruturalmente o recurso por conta de sua superexploração.

<sup>85</sup> 'Free rider' ou parasita, em economia, refere-se a alguém que se beneficia dos recursos, bens, ou serviços sem pagar pelos custos desse benefício.

<sup>86</sup> FREEMAN, op. cit., p. 41.

e despoluição continuarão aumentando e o controle pelos órgãos públicos e a atenção da população em geral, crescerão ainda mais.

O risco moral aumenta principalmente em alguns setores que não conseguem absorver ou repassar os custos oriundos das mudanças de comportamento do agente, fato que tem sido agravado pela dificuldade de oferecer ou ainda pela inexistência de incentivos econômicos que as atenuem. Devido a isso, algumas seguradoras, por exemplo, têm oferecido descontos progressivos para os proprietários isentos de sinistros durante o contrato anterior, e os mesmos podem até exigir o uso de GPS, alarmes ou trancas especiais, bem como cobrar mais de quem mora em áreas mais perigosas. No entanto, em geral, os custos têm sido rateados por todos os usuários.

O monopólio, incluído no argumento econômico abordado por Freeman, parece representar um contrassenso ao discurso dominante de livre mercado, porém, os esforços empresariais visam a conquista de liderança de mercado e quanto maior a parcela obtida, melhor será. É evidente que monopólios ou oligopólios são difíceis de estabelecer, porém, é ainda mais difícil de encontrar um gestor que não gostaria de possuir um. Tem como agravante, além de tratar-se de um modelo de negócios menos eficiente, seu grande potencial para abusos de poder. Serve como claros exemplos os setores antes reservados à exploração estatal no Brasil que experimentaram grandes avanços tecnológicos e consistentes melhorias nos serviços após as privatizações. Atualmente, existe no país o CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) autarquia ligada ao Ministério da Justiça e respaldada por ampla legislação para a defesa das melhores condições de competição entre as empresas. De fato, são transações que geram impacto de grandes proporções no mercado nacional como fusões, aquisições de controle, incorporações e outros atos de concentração econômica entre grandes empresas que possam colocar em risco a livre concorrência sendo investigadas e submetidas ao crivo dos seus técnicos.

A análise desses fatos econômicos expõe a necessidade de controle sobre o livre mercado na forma de restrições aos agentes econômicos, nesse caso caracterizados pelos administradores, em agir em prol dos interesses dos acionistas. O mercado deve ser mantido livre de abusos e atos que possam prejudicar seu funcionamento na promoção do maior benefício à sociedade. A administração continua possuidora da missão de produzir o maior resultado possível, no entanto, deve cuidar também de outros interessados no negócio.

As empresas possuem, então, grupos de pessoas que são afetadas por sua existência e atuação, pessoas que são beneficiadas ou prejudicadas pelos seus atos, que têm seus direitos respeitados ou não por suas ações. Esses grupos são chamados partes interessadas, que igual-

mente aos acionistas, possuem certos direitos nas empresas. Os acionistas detêm direito a exigir certos atos da administração, e as partes interessadas têm o direito de fazer reivindicações. A lógica por trás da atenção aos acionistas e às partes interessadas é a mesma, porém quotas sociais ou ações e interesses merecem tratamentos adequados e conflitos de interesses exigem soluções.

As partes interessadas na empresa, acionistas, fornecedores, empregados, clientes e administração, estão fortemente ligadas, explica Freeman, “Os interesses de cada uma são recíprocos, uma vez que cada um afeta o outro em termos de benefícios ou prejuízos, bem como direitos e deveres.”<sup>87</sup> Assim, cada parte afeta a existência e os resultados buscados pela outra. A visão de Freeman é focada em participantes vitais para a sobrevivência e sucesso da organização e determina que cada parte obtenha o que necessita da relação, caso contrário, não fornecerá o que a empresa dela depende.

Os acionistas investiram dinheiro diretamente na empresa e possuem um interesse financeiro que pode ser em quotas de participação, ações ou títulos pelos quais esperam um retorno sobre o investimento feito. A empresa, por sua vez, afeta sua subsistência em diferentes graus conforme sua dependência dos resultados por ela produzidos. Alguém que tenha sua aposentadoria baseada nos resultados das ações ou títulos, por exemplo, pode ter sua capacidade de cuidar de si completamente dependente desses resultados. As expectativas dos acionistas variam conforme seu perfil, suas preferências por dinheiro, preferências morais, etc, e também por tipo de empresa, tamanho, atuação, número de acionistas, etc.

Os empregados são altamente dependentes da empresa na qual trabalham, também esperam que ela forneça o emprego e os meios para sua subsistência como segurança, salários e benefícios, e trabalho significativo. As empresas, do outro lado, também são altamente dependentes dos empregados, dos quais esperam trabalho especializado, que os empregados sigam instruções da gerência, que falem positivamente da empresa, que sejam fiéis e responsáveis. Freeman analisa o poder de persuasão das políticas e valores envolvidos na relação empregado-empresa:

Onde eles são usados como meios para um fim, eles devem participar nas decisões que afetam tal uso. A evidência que tais políticas e valores como descritos aqui levam a relacionamentos empresa-empregado produtivos é persuasiva. É igualmente persuasivo perceber que oportunidades para má-fé de ambos, administração e empregados, são enormes.<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> FREEMAN, op. cit., p. 42.

<sup>88</sup> FREEMAN, op. cit., p. 42.

O autor pondera as possibilidades de comportamentos falsos como a dissimulação de participação em programas de melhorarias ou uso de uniformes somente para contentamento dos superiores, ações que levam a falta de confiança e trabalho improdutivo e merecem cuidados especiais dos gestores.

Os fornecedores formam outro grupo de fundamental importância para os negócios, os produtos e serviços por eles entregues impactam diretamente na qualidade e preços dos produtos e serviços oferecidos pelas empresas. Por outro lado, o sucesso dos fornecedores também está atrelado à preferência de seus clientes, visto que manter bom relacionamento com fornecedores e promover a integração em uma sólida cadeia de valor, traduz-se no fortalecimento dos vínculos comerciais e rende fortalezas para ambos em momentos de crise.

Clientes e/ou compradores são o alvo dos benefícios proporcionados pelos produtos e serviços oferecidos pelas empresas, e é através da venda de bens ou serviços que a empresa obtém os recursos que precisa para operar: “clientes fornecem a força vital da empresa na forma de receita”.<sup>89</sup> Consequentemente, atender as necessidades dos clientes é um meio preciso para prover também as instâncias de fornecedores e acionistas. Estudo de Peters e Waterman<sup>90</sup> demonstra que empresas excelentes aproximam-se de seus clientes e lhes prestam serviços extraordinários, desse modo conseguem atender melhor suas outras partes interessadas, gozando inclusive do respeito da comunidade. Pontua Freeman:

Eu diria que Peters e Waterman encontraram múltiplas aplicações da máxima de Kant, ‘Trate as pessoas como fins em si mesmas,’ e sem surpresa as pessoas responderão a tal respeitável tratamento, sejam elas clientes, fornecedores, acionistas ou membros da comunidade local.<sup>91</sup>

O autor ainda destaca a surpreendente inovação da aplicação da norma de Kant à teoria de boas práticas de gestão. Parece, entretanto, duvidosa a conciliação do dever kantiano com o utilitarismo dos negócios.<sup>92</sup>

A dependência das empresas para com a comunidade local deriva principalmente da autorização para existir e atuar, e assim, é retribuída através dos impostos, geração de emprego e renda, e de contribuições sociais espontâneas da organização. Além disso, espera-se que

<sup>89</sup> Ibid., p. 43.

<sup>90</sup> PETERS, Tom; WATERMAN Jr., Robert H. In Search of Excellence. New York: Harper and Row, 1982. Apud. FREEMAN, op. cit., p. 43.

<sup>91</sup> FREEMAN, op. cit., p. 43.

<sup>92</sup> Veja mais em: KANT, Immanuel. Fundamentação da Metafísica dos Costumes. Lisboa: Edições 70, 2009. NODARI, Paulo C. Sobre ética: Aristóteles, Kant e Levinas. Caxias do Sul: Educs, 2010. KUIAVA, Evaldo A. Subjetividade transcendental e alteridade um estudo sobre a questão do outro em Kant e Levinas. Caxias do Sul: Educs, 2003.

a empresa atue de maneira apropriada, evitando expor a comunidade a riscos originados por poluição ou dejetos tóxicos, por exemplo. Mesmo quando uma empresa encerra suas atividades, deveria promover esforços conjuntos com as autoridades para diminuir o impacto de sua saída. Ainda nessa linha, o autor compara as falhas das empresas em relação às comunidades com os crimes cometidos por qualquer cidadão, merecedor de reprovação, sanções e em muitos casos punições.

Concorrentes não foram considerados por Freeman na noção mais estrita de partes interessadas, uma vez que eles são dispensáveis à existência e ao sucesso das empresas, mas em sentido mais amplo, concorrentes e governos deveriam entrar no rol de interessados, pois em sua visão a adoção de princípios de gestão baseados nessa teoria diminuiriam a necessidade de aplicação de política industrial e o papel regulador do governo.

A administração é, também, parte interessada tanto quanto os empregados, porém, cabe a ela cuidar da empresa para que a mesma seja saudável, e no enfoque da teoria das partes interessadas, sobretudo, mantendo em equilíbrio os interesses conflitantes das partes. Assim, ele esclarece:

[...] a administração tem o dever de proteger o bem estar da entidade abstrata que é a corporação. Em resumo, a administração deve cuidar da saúde da corporação, e isso envolve equilibrar as múltiplas reivindicações de partes interessadas conflitantes. Proprietários querem retornos financeiros mais altos, enquanto clientes querem mais dinheiro investido em pesquisa e desenvolvimento. Empregados querem salários mais altos e melhores benefícios, enquanto a comunidade local querem melhores parques e creches.<sup>93</sup>

Manter o equilíbrio e um atendimento aceitável a cada um desses clamores é tarefa central dos gestores para manter a viabilidade do negócio. Como os recursos são limitados, trata-se de uma tarefa árdua que exige grande habilidade de negociação para apaziguar os envolvidos e evitar conflitos.

O papel da administração é enorme visto a ampliação do escopo de sua atuação, pois:

A teoria das partes interessadas não dá preferência a um ou outro grupo de interessados, ainda que certamente haverá tempos que um grupo será beneficiado à custa de outro. Em geral, contudo, a administração deve manter a relação entre as partes interessadas em equilíbrio. Quando essas relações ficam desequilibradas, a sobrevivência da firma fica em perigo.<sup>94</sup>

---

<sup>93</sup> FREEMAN, op. cit., p. 44.

<sup>94</sup> Ibid.

O desequilíbrio na entrega de benefícios aos empregados ou acionistas, ou fornecedores e comunidade em geral, pode sim configurar ameaça ao bom funcionamento da empresa como sugere o autor, mas melhorar os salários à custa de redução dos retornos aos acionistas, ou dos preços pagos a fornecedores também parece temerário. De qualquer maneira, a gestão situa-se em situação de alta complexidade, pois precisa manter salários altos, produtos de excelência, fornecedores recebendo um valor justo pelos suprimentos, a comunidade orgulhosa da sua atuação e acionistas prontos a reinvestir, mantendo a capacidade da empresa de captar recursos financeiros a taxas favoráveis. A partir desse cenário, assevera Freeman: “veja, no entanto, que a razão para pagar retornos aos proprietários não se deve a eles serem os donos da firma, mas que o suporte deles é necessário à sobrevivência da firma e que eles têm uma reivindicação legítima na firma.”<sup>95</sup>

Para poder pagar valores condizentes aos fornecedores é necessário um fluxo de vendas consistente e para continuar obtendo boas receitas com vendas é requisito oferecer melhores produtos, a fim de garantir a preferência dos clientes. De fato, ter sempre produtos atualizados e vendáveis exige constante investimento em pesquisa e desenvolvimento. O capital para investir pertence aos acionistas, que por sua vez arriscarão seu patrimônio no negócio se esse for promissor e possa pagar bons retornos. Uma empresa lucrativa pode, então, ser generosa e dar à comunidade local mais do exigido pela legislação.

A teoria dos acionistas determina que o propósito das organizações é maximizar a riqueza dos acionistas e ter suas restrições morais e sociais reduzidas pela promoção do maior bem ou pelo direito de propriedade. Freeman propõe a redefinição do propósito da firma a partir de sua teoria, a qual pode ser desdobrada em várias teorias de partes interessadas, determinando como a administração deve conduzir as organizações. Para ele, a teoria das partes interessadas consiste em “*um gênero de histórias sobre como poderíamos viver*”. O autor pretende não um único corpo teórico, mas um ideal a ser traduzido em vários corpos teóricos baseados em diferentes “*núcleos normativos*” que sustentem e guiem o corpo gerencial nas decisões de maneira a levá-los a escolhas justas.

Freeman traz, então, o contrato para o centro de sua argumentação, propondo que seja assumida sua noção de partes interessadas, financiadores, consumidores, fornecedores e comunidades, envolvidas em um processo de contratação com o objetivo final de criação de

---

<sup>95</sup> Ibid.

valor para todos. A partir dessa compreensão, é possível chegar a uma ética alinhada com as ideias liberais de autonomia, solidariedade e justiça defendida por John Rawls.<sup>96</sup> Confirma:

Perceba que, construindo essa noção moral na fundamentação de como entendemos a criação de valor e a contratação exige que deixemos de separar a parte do processo de negócios da parte ética, e começamos com a presunção da igualdade entre contratados ao invés da presunção em favor dos direitos do financiador.<sup>97</sup>

Negar a amoralidade dos negócios e, não apenas aproximar negócios e ética, ir além assumindo que negócios são atividades integralmente éticas, está no núcleo da proposta de Freeman. O padrão moral, então, a ser usado como fiel é a justiça baseada nos princípios de igualdade, liberdade e solidariedade, que garante o reconhecimento de direitos morais derivados de uma igualdade mínima entre as partes interessadas na empresa, justificando e levando em conta as diferenças em relação as menos abastadas. Dessa forma, ele assevera que:

O ideal liberal de autonomia é capturado pela realização de que cada parte interessada na empresa deve ser livre para celebrar acordos que criem valor para si, e a solidariedade é realizada através do reconhecimento da reciprocidade dos interesses de cada parte.<sup>98</sup>

Freeman não cita Smith, mas a força de suas ideias de liberdade ecoa em sua teoria e a liberdade dos agentes é promotora de acordos justos, porém, ao invés do autointeresse tão destacado nos estudos econômicos, tem como acompanhante a solidariedade se manifestando em reconhecimento dos interesses do outro, conforme proposto na teoria dos sentimentos morais.

Para levar a cabo a sua proposta de contrato justo, Freeman lança mão da ideia de véu da ignorância de Rawls. Um contrato é justo se as partes interessadas concordarem com suas cláusulas sem saber qual será sua real participação, ou seja, administração, acionistas, empregados, fornecedores e representantes da comunidade reúnem-se, sob a ação do véu da ignorância, sem saber que papéis desempenharão após sua assinatura. Assim, cada qual participa na determinação das cláusulas, colaborando com seus conhecimentos sobre o funcionamento do mercado, custos envolvidos em todos os aspectos da transação, efeitos laterais positivos ou negativos, experiências bem sucedidas, etc. E, depois de firmado o contrato o véu é levantado, revelando o papel que cada um ocupará independentemente do que tenha desem-

<sup>96</sup> Veja mais em: RAWLS, John. O Liberalismo político. 2.ed. São Paulo: Ática, 2000. RAWLS, John; VITA, Álvaro de. Uma teoria da justiça. 3.ed. rev. São Paulo: M. Fontes, 2008.

<sup>97</sup> FREEMAN, op. cit., p. 46.

<sup>98</sup> Ibid.

penhado antes. Compara: "assim, um contrato é como uma aposta justa, se cada parte está disposta a virar a mesa e aceitar o outro lado".<sup>99</sup> Desse modo, o acordo garante com equidade a defesa dos interesses de cada parte e evita quaisquer vantagens oriundas do poder ou influência de uns sobre os outros.

Freeman, então, propõe seis regras básicas que orientam a elaboração dos contratos justos entre as partes interessadas na empresa:

1. Princípio da entrada e saída: cada parte deve ser capaz de determinar se um acordo existe e é factível, assim a inclusão de regras claras de entrada, saída e condições de renegociação assegura maior equilíbrio entre as partes;
2. Princípio da governança: as mudanças nas regras devem ser estabelecidas por consenso, evitando que acordos entre maiorias prejudiquem minorias;
3. Princípio das externalidades: sempre que um contrato impor custos a uma parte não participante, essa terá o direito de tomar parte e promover a renegociação dos termos;
4. Princípio dos custos de contratação: todas as partes interessadas devem dividir os custos de contratação;
5. Princípio da agência: cada agente deve servir aos interesses dos outros e nenhum merece privilégios;
6. Princípio da imortalidade limitada: as empresas devem ser administradas de maneira a continuar atendendo as partes interessadas ao longo do tempo. E apesar das incertezas e da manutenção da condição de saída, a manutenção da empresa será sempre interessante para todos. Consequentemente, os gestores assumem o dever de agir em prol de interesses coletivos, pois passam esses a compor seus próprios interesses.

Pretende-se, com esses princípios, regular as relações da organização com as partes interessadas e oferecer suporte que guie a constituição das organizações, determinando seus objetivos e como eles serão alcançados, a fim de estarem na base das diretrizes que os gestores receberão e deverão promover em sua atuação.

---

<sup>99</sup> FREEMAN, op. cit., p. 46.

Portanto, seu modelo é bastante arrojado e implica em mudanças radicais na maneira como as empresas são pensadas, além de exigir a transformação da legislação, refletindo e amparando sua proposta de justiça.

#### 4.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL AUMENTAR LUCROS

Milton Friedman<sup>100</sup> ao dar forma a sua crítica à Responsabilidade Social dos Negócios (RSN) comparou os homens de negócios que a defendem com eloquência em um sistema de livre iniciativa a um francês que descobre aos 70 anos, ter vivido de maneira prosaica toda sua vida. Seu alerta recebe tom de urgência para que se dê conta antes que seja tarde demais. Homens de negócios pensam defender a livre iniciativa ao afirmar que os negócios, além de lucros, promovem outros fins sociais gerando empregos, eliminando discriminações e evitando a poluição e outras formas do discurso reformista contemporâneo. Entretanto, segundo Friedman, eles estão divulgando o socialismo e agem como marionetes de forças intelectuais, que estão minando as bases da livre sociedade.

Assumir que os negócios têm responsabilidades demonstra a falta de rigor e exatidão da discussão sobre a RSN, pois somente pessoas têm responsabilidades. Uma empresa é uma pessoa artificial que assim somente pode ter responsabilidades artificiais, mas os “negócios” em si não podem ter atribuídas responsabilidades. Por isso, Friedman propõe examinar profundamente a RSN a partir da questão o quê e a quem implica tal doutrina.

O grupo dos homens de negócio, responsáveis por suas consequências, é composto por empreendedores individuais e profissionais contratados. Como a maior parte das discussões sobre RSN concentra-se em corporações, Friedman concentra-se nos executivos. Num sistema de livre iniciativa, baseado na propriedade privada, executivo é um empregado que conduz os negócios conforme o que querem seus empregadores, que em geral é, excetuando-se as empresas públicas e sem fins lucrativos, ganhando tanto dinheiro quanto possível atendendo a legislação e a moral vigentes. No caso das empresas sem objetivo de lucro, darão ao gerente metas relacionadas a certos serviços, mas sempre o executivo será agente dos proprietários e sua responsabilidade fundamental é para com eles e a avaliação de seu desempenho deriva de um contrato livremente acordado entre as partes.

Além das obrigações contraídas pelo contrato de trabalho, o executivo ainda é pessoa com outras responsabilidades frente a sua família, comunidade, crenças, fé. Essas responsabilidades podem levá-lo a doar parte de seus ganhos a causas que julgar válidas e mesmo declinar de atuar em determinada empresa, ou deixar seu emprego para alistar-se no exército. Friedman diz que nesse caso, podem-se chamar essas responsabilidades de “sociais”, já que nesse caso o executivo age como “principal”, pessoa individual, e não como agente representan-

---

<sup>100</sup> FRIEDMAN, Milton. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. The New York Times Magazine, September 13, 1970.

do outrem: ele está despendendo seus próprios recursos e não os que receberam de seus empregadores com claro objetivo. Friedman concluiu que “se essas são ‘responsabilidades sociais’ elas são responsabilidades sociais de indivíduos, não de negócios”.<sup>101</sup> Dizer a um executivo que negócios têm responsabilidade social, significa que ele deve atuar em interesses que não são os de seus empregadores. Significa, por exemplo, que mesmo contra os interesses da empresa, ele deve evitar aumento de preços para colaborar com o objetivo público de conter a inflação, gastar com redução da poluição muito acima do determinado pela lei, para contribuir com a preservação do meio ambiente. Ou ainda, ao invés de contratar pessoal qualificado contratar delinquentes ou criminosos para diminuir a pobreza e promover a inclusão social. Assim fazendo, o executivo estaria gastando para benefício social o dinheiro de outras pessoas, reduzindo o retorno aos acionistas, gastando o dinheiro de seus empregadores. Consequentemente, os preços para os clientes serão maiores, e ele estaria gastando o dinheiro dos clientes. Por conseguinte, suas ações reduziriam a remuneração dos empregados, ou seja, ele estaria gastando seu dinheiro também e cada um desses grupos: acionistas, clientes e empregados tem liberdade para gastar seu dinheiro com o que desejarem. Ao aplicar a RSN o executivo em vez de servir como agente desses grupos estará gastando seu dinheiro de maneira diferente da que eles gastariam.

Friedman adverte que esse processo levanta questões políticas de princípio e importância, pois procedendo dessa maneira o administrador estaria também criando impostos e determinando como os recursos devem ser gastos. É constituído um Estado com instâncias legislativas, executivas e judiciárias para que a imposição e aplicação dos recursos provenientes dos impostos aconteçam tanto quanto possível conforme a preferência e desejos do povo. Taxação sem representação foi uma das causas fundamentais da guerra da Revolução Norte-americana, destaca o autor. Tem-se hoje um sistema em que o legislativo determina os impostos, aprova e controla a aplicação dos recursos, com o judiciário mediando os conflitos. Dessa forma, sendo atribuída a responsabilidade social aos negócios e passada essa obrigação à administração, ela acaba por atuar como legislador, executivo e jurista, decidindo quais objetivos sociais a perseguir, a quem taxar (acionistas, empregados, fornecedores, clientes, etc.) e como serão aplicados os recursos da empresa na promoção desses objetivos. É como se escrevesse as leis, usasse os recursos dos impostos e julgasse os conflitos dentro da empresa. No caso da RSN, o homem de negócios assume todos os papéis: determina quem será taxado, quanto será arrecadado e como será aplicado o montante, geralmente guiado por exortações

---

<sup>101</sup> FRIEDMAN, op. cit., p. 2.

contra a pobreza, ambientalistas, etc. Assim, toda a justificação da nomeação de um executivo como agente dos acionistas cai por terra e ele passa a atuar como um servidor público em situação completamente contrária aos princípios políticos, uma vez que para tal sua ação deveria ser determinada pelo Estado.

Outra questão é quanto às competências dos gestores privados para cumprir com os objetivos sociais propostos pela RSN. Os administradores são preparados para gerir negócios e exigir que tenham competência em cuidar do meio ambiente, das crianças ou da inflação, visto que requer conhecimentos e habilidades específicos, os quais não são o foco da preparação desses profissionais.

Para Friedman o argumento fundamental é o que contrapõe a responsabilidade social dos negócios ao capitalismo:

Essa é a razão básica porque a doutrina da ‘responsabilidade social’ envolve a aceitação da visão socialista que mecanismos políticos, não mecanismos de mercado, são o modo apropriado de alocar os escassos recursos para usos alternativos.<sup>102</sup>

Sua crença é de que o sistema capitalista aliado a um estado democrático resolverá sempre da maneira mais justa as demandas sociais. Propor a solução de problemas sociais, mesmo que considerados urgentes, através da atuação empresária direta, corresponde à tentativa de usar meios não-democráticos para resolver o que não foi possível fazer por meios democráticos, ou seja, através do debate e convencimento de seus concidadãos, da transformação das demandas em lei e do Governo a agir.

Friedman usa o caso da General Motors como exemplo da ameaça ao sistema. A empresa foi colocada em dificuldades pela atuação de fundos ativistas, que compram participações relevantes em empresas para que elas adquiram “responsabilidade social”. Novamente, defende Friedman, trata-se de alguém, nesse caso os fundos, querendo usar o dinheiro dos outros, os demais acionistas, para realizar os seus objetivos. Se um fundo desses utilizar os lucros oriundos de sua participação acionária, ou seja, seu dinheiro em prol de alguma causa, não há problema, desde que o objeto social do fundo seja esse ou seus detentores concordem com essa destinação dos resultados. Situação idêntica quando o administrador é o único dono da empresa, ou tem a concordância de seus sócios. Ao investir em objetivos sociais, ele usa o seu próprio dinheiro da maneira que desejar, diferentemente do administrador profissional, que nem é acionista ou, como é comum, é um dentre milhares de acionistas para os quais ele trabalha.

---

<sup>102</sup> FRIEDMAN, op. cit., p. 3.

O autor também ataca a atuação dirigida a fins sociais que encobrem interesses da organização na busca dos seus objetivos, como os casos de investimentos em instalações públicas ou mesmo na melhoria da gestão pública que tornará mais fácil atrair bons empregados, diminuindo gastos em alguma esfera ou reduzindo impostos, enfim, no que se traduza em benefício para a empresa ou para os seus proprietários. Além disso, ações sob a bandeira da responsabilidade social despertam a simpatia do público, reforçam o posicionamento das marcas e demonstram a boa vontade das companhias com o bem comum. Porém, essas ações renderão somente glória passageira, uma vez que o êxito da empresa em longo prazo provém de seu sucesso no mercado.

Friedman levanta, finalmente, sua defesa ao livre mercado e ao sistema democrático:

O argumento político que sustenta os mecanismos de mercado é a unanimidade. Em um mercado livre ideal baseado na propriedade privada, nenhum indivíduo pode coagir outro, toda a cooperação é voluntária, todas as partes de tal cooperação são beneficiadas ou não precisam participar. Não existem valores, nem responsabilidades sociais em sentido diferente que valores compartilhados e responsabilidades individuais. A sociedade é uma coleção de indivíduos e de vários grupos voluntariamente formados.<sup>103</sup>

A liberdade ocupa papel central e cada indivíduo tem atribuições e regras claras de participação, portanto os valores que permeiam as relações garantem a promoção do justo e do bom. Por isso, explica:

O princípio político que sustenta o mecanismo político é a conformidade. O indivíduo deve servir a um interesse social mais geral – mesmo que seja determinado por uma igreja, um ditador ou a maioria. O indivíduo pode ter direito a voto e dizer o que deve ser feito, mas se for vencido, deve agir em conformidade. É apropriado para alguns pedir que outros contribuam para um propósito social geral quer eles queiram ou não.<sup>104</sup>

Nem sempre será possível alcançar a unanimidade e, a conformidade aparece inevitável em diversas situações, então a ampla utilização dos mecanismos políticos surge como meio eficaz para a solução das diferenças ideológicas e promoção do bem social. A responsabilidade social é dos cidadãos e é exercida através da política, e, de fato, não pode e não deve ser através das empresas. O papel social das empresas não é serem falsos agentes públicos, o papel das empresas é serem empresas e produzirem lucros.

---

<sup>103</sup> FRIEDMAN, op. cit., p. 6.

<sup>104</sup> FRIEDMAN, op. cit., p. 6.

### 4.3 A ÉTICA DA INTERDEPENDÊNCIA

Ao observar o clamor da sociedade quanto à responsabilidade social dos negócios e o surgimento da disciplina Ética nos Negócios, Peter Drucker<sup>105</sup> questiona que ética seria essa, ou como ela poderia ser e integrar-se aos esforços empreendidos pelos filósofos ao longo dos séculos em entender e melhorar as regras de comportamento humano. Drucker aponta que o pensamento ocidental, desde os profetas do Antigo Testamento, passando por Spinoza, Kant, Kierkegaard até os dias atuais, concorda que: “só há uma ética, um conjunto de regras de moralidade, um código, aquele do comportamento individual, sobre o qual as mesmas regras aplicam-se igualmente a todos”.<sup>106</sup>

Assim, a ética deve ser universal e abranger todos de maneira uniforme. E, mesmo que a sociedade se aceite atenuante e agravante, como no exemplo da pobre viúva que rouba pão para alimentar seus filhos e merece clemência ou o bispo que ao ter uma concubina promove ato mais hediondo do que um simples vigário, ainda assim há uma falha moral. Então, a regra deve estar acima das diferenças sociais ou culturais estabelecendo-se o axioma fundamental da cultura ocidental: “há somente um código de ética, aquele do comportamento individual, para príncipes e mendigos, para ricos e pobres, poderosos e fracos igualmente”.<sup>107</sup>

Drucker é categórico, para ele esse axioma nega e desmente a existência de uma ética específica para os negócios: “ética nos negócios não é de modo algum ética, não importa o que for”, pois considera atos moralmente aceitos ou não ilegais se feitos por pessoas ordinárias imorais ou ilegais se feito por empresas. Ele compara o julgamento quanto ao pagamento de extorsão nos casos particulares de ameaça física ou material, o qual é comportamento aceitável moral e legalmente e destaca que aquele que extorque é sim condenável tanto moral quanto criminalmente. Porém, se uma companhia submete-se a pagar suborno para conseguir um contrato, ou tenta evitar a paralisação de uma obra, não faltarão inquisidores a condená-la. E mesmo que o contexto cultural ou a moral vigente num país ou cultura específica aponte para práticas antagônicas, ainda assim empresas são repreendidas e seus atos classificados pelo menos, como questionáveis.

Drucker apresenta, então, a Casuística como primeira tentativa, surgida com a teologia calvinista, de pensar em “*responsabilidade social*” estabelecendo que quem tem poder, tem também obrigação com o impacto de suas ações sobre os outros, ou seja, os governantes

---

<sup>105</sup> DRUCKER, Peter. What is “business ethics”? The Public Interest. n. 63. Spring, 1981.

<sup>106</sup> DRUCKER, op. cit., p. 19.

<sup>107</sup> DRUCKER, op. cit., p. 20.

devem seguir normas éticas diferentes por causa dos papéis que desempenham em seu reino, sua companhia, etc. Essas normas baseiam-se em valores e objetivos políticos, submetendo a ética à política. As regras que decidem o que é ético ou não para as pessoas comuns não são aplicadas igualmente àquelas com responsabilidade social. Desse modo, identificando incontestável paralelo entre a casuística e a ética nos negócios, Drucker conclui que dessa maneira tornou-se possível condenar ou absolver atos, dependendo do impacto social implicado, atos éticos se promovidos por indivíduos, tornam-se repreensíveis, quando realizados por “negócios”. Também o inverso pode ocorrer, atos antiéticos se dados por pessoas comuns são justificados, quando analisados pela ética nos negócios.

Drucker atribui as últimas menções sobre casuística a Spinoza e Pascal, seus últimos adversários, pois ela foi completamente desacreditada, e ninguém poderia imaginar o surgimento de algo similar, como a ética nos negócios. Ele revisa ainda os conceitos que envolvem a ética da prudência desde Aristóteles até Maquiavel e sua aplicação aos negócios, mas é na ética confucionista da interdependência, que o autor encontra uma ética situacional bem-sucedida e duradoura, que desvia as armadilhas que invalidaram a casuística. Em suma, trata-se de um conjunto de regras universal que dirige as mesmas regras e imperativos a todos os indivíduos. Evidencia-se: “não há ‘responsabilidade social’ dominando a consciência coletiva, nem cálculos de custo-benefício, nem maior bem ou mais alta medida que o indivíduo e seu comportamento, e enfim não há casuística”.<sup>108</sup>

A ética confucionista propõe regras iguais para todos, no entanto abarca as interações sociais possíveis: superior e subordinado, pai e filho, marido e mulher, velho e jovem, amigo e amigo, aplicando regras especiais dependendo do tipo de relacionamento. O comportamento ético é o mais adequado, é aquele que otimiza os benefícios para ambas as partes frente sua situação de interdependência, gerando harmonia, confiança e generosidade. Já o comportamento antiético, é aquele que cria dissonância, manipulação e exploração. De fato, a ética confucionista requer igualdade de obrigações e a ética da interdependência é uma ética de obrigações mútuas.

Exemplificando a aplicação da norma confucionista, Drucker equipara os casos bastante comuns e aceitos de o superior prestar suporte psicológico aos seus subordinados aos casos de abuso de poder e assédio sexual, e declara:

---

<sup>108</sup> DRUCKER, op. cit., p. 30.

Não importa quão benevolentes seja suas intenções, isto é igualmente incompatível com a integridade do relacionamento superior/subordinado. Trata-se igualmente de abuso baseado na função e impõe poder.<sup>109</sup>

Quando isento de benevolência, envolve imposição de poder, exploração, cobiça ou manipulação. Somente livres de hierarquia os relacionamentos sexuais ou cuidador-paciente alcançam efetividade, harmonia e podem ser considerados éticos, como acontece nas relações de amigo para amigo ou marido e mulher, que por sua natureza não incluem escala de comando. Daí a passagem de Drucker com facilidade para a ética nos negócios, pois todos os problemas éticos envolvem relações de dependência mútua: patrão-empregado, cliente-fornecedor, hospital-paciente, escola-estudante, etc.

A ética da interdependência considera ilegítima e antiética a introdução de poder nas relações humanas e estabelece suas bases na igualdade de obrigações. É através do reconhecimento que todos estão conectados, e dependentes e devedores de obrigações uns dos outros que a ética da interdependência se consolida. Existem somente obrigações mútuas: “harmonia e confiança – que é interdependência – requer que cada lado seja obrigado a prover o que o outro lado precisa para conseguir seus objetivos e auto realizar-se”.<sup>110</sup>

Contrastando com a discussão contemporânea de direitos e deveres a ética da interdependência apela para a essência da ética que é o indivíduo livre impondo a si mesmo o dever de agir de maneira razoável.

Drucker encerra sua crítica à ética nos negócios chamando-a de “ética chic”, colocando-a no rol dos modismos, mas reconhecendo que a discussão da ética aplicada mostra que: “a ética tem tanto a dizer aos indivíduos em nossa sociedade das organizações como nunca teve a dizer ao indivíduo nas sociedades anteriores.”<sup>111</sup>

Assim, somente trabalho árduo poderá atender as necessidades atuais.

A interdependência está intrinsecamente presente nas sociedades contemporâneas e nas organizações, então, é infalível a adoção de duráveis e efetivos fundamentos da ética confucionista da interdependência: definição clara das relações fundamentais; regras de conduta gerais e universais, ligadas a cada pessoa ou empresa, de acordo com suas regras, funções e relacionamentos; foco nos comportamentos corretos, éticos em vez de evitar maus comportamentos; e uma efetiva organização ética, que defina o bom comportamento e que gere o maior

---

<sup>109</sup> Ibid., p. 31.

<sup>110</sup> Ibid., p. 32.

<sup>111</sup> Ibid., p. 35.

benefício para cada parte, promovendo assim, relacionamentos harmoniosos, construtivos e mutuamente benéficos.

## CONCLUSÃO

A motivação básica dessa pesquisa surge da necessidade de ganhar a vida, de sobreviver, de prosperar, e, como há uma relação causal essencial entre a conquista do bem-estar e os negócios, a realização dessa função de maneira ética. As fortes ligações de negócios com abusos e corrupção, ou seja, seu lado antiético exige questionar qual é o negócio justo e bom, compreendendo que valores envolvem e guiam as escolhas feitas na sua condução. Encontrar um propósito moral nos negócios induz a busca pela contextualização de seu meio, ao questionamento sobre como e por que acontecem, enfim, ao que é fundamentalmente um negócio e sua função.

Em *Utilitarismo de mercado*, Capítulo II, a pesquisa apresentou evidências de que a lógica do mercado cresce como código moral contemporâneo e conquista espaço como guia para as escolhas justas e boas não apenas para as empresas, mas também para as pessoas. Os princípios econômicos tornam-se regra de conduta e padrão do que é o bem e o justo a partir da assunção que as transações comerciais sempre beneficiam comprador e vendedor e qualquer ressentimento ou condenação moral só pode ser fruto de preconceito. Assim, a venda da virgindade, prostituição, barriga de aluguel ou venda de órgãos podem não apenas ser justificados moralmente, mas passam a ser defendidos pelos benefícios mercadológicos que oferecem. O impacto positivo do prêmio pecuniário é defendido através do argumento que a mediação do mercado, com seu movimento mecânico de regulação da oferta conforme as oscilações da procura tornará o bem disponível quando as pessoas precisarem. A proposta utilitarista de Bentham apresenta uma resposta simples, arrojada e bastante precisa aos dilemas morais, porém, despreza necessidades e direitos das minorias e valores diferentes da pura utilidade. Admitir que é ético infringir dor e sofrimento a um ou uns poucos para a promoção do bem comum aponta para a suspensão de valores fundamentais, o que significa abandonar os escrúpulos quanto à dignidade e os direitos humanos. Os exemplos apresentados reforçam que aceitar a norma da máxima utilidade, diminuindo ou anulando a condição de uma parcela, é admitir que a moral deva ser reduzida ao resultado de um simples cálculo, e, para aqueles que acreditam na existência de outros valores que não somente o prazer e a dor há espaço para questionamento e anulação dessa doutrina.

O utilitarismo de mercado coloca os resultados econômicos como detentores de todos os esforços e medida de cumprimento da função social dos negócios como promotor do bem comum. De fato, a lógica do mercado que cada um, em busca do atendimento de suas neces-

sidades produzirá o melhor resultado global, encontra justificação no utilitarismo para florescer. Se o mercado se autorregula, não é preciso preocupar-se com os desdobramentos dos atos nele praticados, pois sempre serão produzidos resultados úteis à maioria. Mesmo que alguns sejam prejudicados, ainda assim, resultará a maximização da felicidade e até escolhas baseadas no cálculo de custo-benefício poderão pleitear que suas consequências e desdobramentos terão amparo na esfera ética. Contudo, se a vida passa a ser pautada pela compra e venda, se todas as necessidades e desejos podem ser atendidos através do comércio, não pode facilmente tomar corpo uma diminuição compulsória de outros valores e a ameaça da corrupção chegar a bens que não podem ser representados monetariamente como a dignidade e a vida humanas?

Os casos apresentados demonstram os riscos da aplicação do cálculo de custo-benefício, os quais podem levar à redução do homem a simples objeto, o qual pode ser trocado ou substituído por uma quantia em dinheiro. O mercado pode atribuir valor a coisas intangíveis como, por exemplo: uma marca, que depende não apenas de sua forma ou conteúdo físico, mas também é composta da percepção do público. Ele pode transformar o respeito das pessoas por um nome, símbolo ou produto, sua preferência por um fornecedor, em cifra a ser contabilizada, negociada, remunerada, mas mostra-se incapaz de atingir com um montante em dinheiro o valor de uma única e simples vida humana. Se outros valores podem ser considerados para analisar o ato moral, valores diferentes do pecuniário ou da utilidade, virgindade, prostituição, barriga de aluguel ou venda de bebês não podem ser questionadas? Não estaria o utilitarismo, nesses casos, errado?

O terceiro capítulo, *Egoísmo econômico e virtudes*, dedicou-se à análise da evolução histórica do padrão ético dos negócios em teorias pontuais. Com a pergunta: o que é um negócio? E a partir da identificação de seus aspectos gerais e de suas implicações éticas, procurou compreender sua função fundamental e o dever ético que dela emana. Negócios são tão primordiais para o homem, que estão vinculados ao atendimento das necessidades mais básicas de sobrevivência, e efetivam o nobre papel de criação da prosperidade social, de um mundo de riqueza possível para todos. Empreender a geração de valor para os outros é o meio para a produção do próprio sustento e progresso. Entretanto, até que ponto deve o mercado, como mediador das relações, suplantar o papel de valores éticos importantes para a convivência harmoniosa? O papel dos sentimentos proposto por Smith, egoísmo ou simpatia, não anulam nem diminuem a importância de outros valores fundamentais como o respeito aos contratos, a confiança e a lealdade. Um afastamento da economia e da administração da filosofia, a exemplo de outras especialidades que assim também o fazem, configura um efeito colateral a ser

revertido com urgência e nem mesmo o princípio de autorregulação do mercado pode ser tomado como fundamento para sua isenção de dever ético. Ou deve-se, simplesmente, aceitar o modelo vigente, perpetuar o *status quo*, pois assim chegou-se ao momento presente e assim todos agem?

Se negócios são atividades humanas na construção da felicidade, ou dos meios que a possibilitam, não devem então tê-la como padrão de bondade? Se o *telos* dos negócios é produzir o que outros precisam ou desejam para possibilitar as trocas, seu dever é saciar e satisfazer. Ou estará na produção de lucros? Se os negócios estão no centro da realização da vida boa e fazem parte da construção da vida comunitária, então qualquer resultado que produza e não colabore com esse objetivo estará errado ou injusto. Nesse caso, qualquer pessoa pode encontrar o resultado razoável esperado dos negócios: o que se faz para viver colabora com a promoção da boa vida?

*Responsabilidade social dos negócios*, quarto e último capítulo, examinou em sua primeira parte a proposta teórica de R. Edward Freeman a *Stakeholder theory of the modern corporation*, em artigo de mesmo nome. A teoria das partes interessadas da corporação moderna sustenta que as partes interessadas, ou afetadas por uma empresa, têm direito de serem tratadas como fins e não apenas como meios na obtenção de resultados. Acionistas que investiram dinheiro na empresa e que geralmente determinam sua atuação devem compartilhar o poder com outras partes, sem as quais a organização não consegue operar. Assim, administração, empregados, clientes, fornecedores e a comunidade local têm interesses que devem ser ouvidos e atendidos e os mesmos devem participar da constituição e da definição dos rumos da empresa. Para a efetivação de sua proposta, o autor constrói um conjunto de princípios amparados no contratualismo e na teoria da justiça como equidade de John Rawls.

Algumas questões emanam da análise da teoria das partes interessadas. Uma delas surge diretamente da menção do autor a uma possível aplicação do imperativo kantiano. É mesmo possível tratar as pessoas como “*fins em si mesmas*”, quando espera-se delas a maior “*utilidade*” na forma de fidelidade a produtos e serviços, receita com vendas, lucros? Outra deriva da defesa liberal dos acordos que uma vez livremente aceitas as condições do contrato ele assume teor moral amplamente aceito. É muito possível que a necessidade urgente de gerar negócio leve a escolhas, ou à aceitação de um contrato, mesmo que em longo prazo, menos interessante ou até prejudicial. Poderia ser elaborada a seguinte pergunta: a liberdade de firmar um acordo ou estabelecer um contrato reflete mesmo os interesses de cada parte ou pode configurar-se por opção a uma alternativa disponível no mercado que atenda somente necessidades imediatas? Como é possível aplicar o véu da ignorância? O conjunto de princí-

pios propostos por Freeman pode não evitar que umas das partes ceda a um acordo desfavorável. Dentro dessa mesma linha de raciocínio, a administração deve mesmo assumir a obrigação de cuidar do outro? Como atribuir à administração a responsabilidade de cuidar, por exemplo, do impacto ambiental provocado pela empresa, sabendo-se de que, além da esfera legal podem existir consequências amplas e mesmo difíceis de presumir? Não sobrecarrega os dirigentes? Não restringirá demais sua autonomia?

A segunda parte desse capítulo expõe a crítica de Milton Friedman à Responsabilidade Social dos Negócios registrada no artigo *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*, *A responsabilidade social dos negócios é aumentar seus lucros*, no qual defende que, dentro dos limites da lei e da moral, os administradores devem gerenciar as empresas, ou seja, fazer dos negócios, como querem seus donos que é geralmente *ganhar tanto dinheiro quanto possível*. Friedman sustenta que nenhuma ética deve ser exigida de empresas, pois somente pessoas tomam decisões e somente elas podem ser condenadas pelos seus atos. Levanta também argumentos contra a RSN defendendo que se o gestor atua para atender interesses sociais estará assumindo papel político contrário aos princípios da iniciativa privada e contrários também ao Estado que deve exercer com exclusividade a arrecadação e aplicação de recursos públicos conforme os mandatos democraticamente concedidos.

A defesa de Friedman aos negócios é bastante oportuna, porém, ao contrário da proposta da RSN isenta os negócios de todo e qualquer ressentimento quando a legislação e a moral vigentes não derem conta de seus possíveis efeitos nocivos. Ora, parece que também desse modo não será atingido um padrão ético razoável para os negócios. Não deve haver um senso moral que norteie as escolhas e posicione-se acima da lei e da cultura, evitando abusos e desvios éticos? Não será mesmo a ética dos indivíduos a ocupar o devido espaço no ambiente de negócios?

A terceira e última parte observa alguns argumentos do artigo *What is business ethics?*, ou *O que é ética nos negócios?*, de Peter Drucker, que sustenta que não existe uma ética específica para os negócios e que o padrão moral deve ser único, aquele aplicável aos indivíduos. Drucker sustenta que já existiu e sucumbiu uma doutrina ética que atribuía deveres diferentes a pessoas que detinham funções superiores ou poder, a casuística, e equipara a ela a tentativa de estabelecer uma ética para empresas diferentes das éticas aplicadas às pessoas. Expõe, então, a ética da interdependência como modelo adequado a cumprir com as necessidades de padrão ético para empresas e pessoas igualmente. Segundo a ideia oriental de interdependência, o mútuo comprometimento das partes é um dever, cada uma colaborando e oferecendo o que a outra precisa. O resultado ético é aquele que oferece a maior utilidade para

ambas as partes e qualquer desequilíbrio na relação, sua antítese. A conduta da interdependência exige certo afastamento ou neutralização do poder audaciosa para o mundo hierarquizado dos negócios. Impor obrigações entre patrões e empregados, fornecedores e clientes, empresa e comunidade é exatamente a tentativa da *Teoria das partes interessadas* de Freeman, comprovando assim, que a discussão é meritória e alinhada com a conclusão de Drucker postulando que a ética tem muito a dizer, talvez mais hoje do que em nenhum momento anterior da história.

A tentativa de compreender e esclarecer a ética dos negócios desponta com uma resposta contundente quanto a seu teor: um negócio não pode ser ético se de algum modo causar impacto nocivo ao meio-ambiente e comprometer a possibilidade da boa vida. Um negócio não pode ser ético se a comunidade for negativamente afetada por seus resíduos, nem se seus empregados sofrerem com seus processos. Não pode ser ético se algum dos envolvidos seja direta ou indiretamente prejudicado. O negócio ético será somente aquele que proporcionar benefícios para todos os envolvidos: vendedores e compradores, empregados e acionistas, todos direta ou indiretamente envolvidos, cientes ou não de seu impacto, no presente ou no futuro. O padrão ético satisfatório de um negócio exige a produção de resultados que beneficiem toda a sociedade.

Portanto, essa dissertação analisou uma série de ideias sobre o padrão ético satisfatório de um negócio e, mesmo longe de ter encontrado uma resposta completa, isenta de contestações ou ressalvas, pretendeu trazer à luz questões pertinentes aos negócios e aos desvios éticos que os afetam. Sugere-se a reflexão e discussão dessas questões, e clama-se pela formulação de novas perguntas e pela elaboração de novas propostas, visto que somente assim será possível fazer dos negócios um meio dignificante, promotor da boa vida, e condutor do que se faz para viver como reflexo fiel do que verdadeiramente se é. Os benefícios proporcionados pela adoção de economias de mercado são alardeados e reconhecidos e a possibilidade de erradicação da fome surge como uma meta viável, mas, o acesso aos resultados dos negócios não passa por uma organização social mais justa? Que modelo ético e político imporá ao mercado a condição de convivência isenta das enormes desigualdades que são verificadas na atualidade?

## REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA BRASIL. **Legislação ambiental brasileira é uma das mais modernas do mundo, diz especialista**. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2011-05-08/legislacao-ambiental-brasileira-e-uma-das-mais-modernas-do-mundo-diz-especialista>>. Acesso em: 29 set. 2013.
- AHNER, Gene. **Ética nos negócios: construir uma vida, não apenas ganhar a vida**. São Paulo: Paulinas, 2009.
- ANSOFF, H. Igor. **A nova estratégia empresarial**. São Paulo: Atlas, 1990.
- AQUINAS, Thomas. **The Summa Theologica of St. Thomas Aquinas**. Second and Revised Edition, 1920. Literally translated by Fathers of the English Dominican Province. Disponível em: <<http://www.newadvent.org/summa/index.html>>. Acesso em: 11 jan. 2013.
- ARISTÓTELES. **A ética a Nicômaco**. Tradução do Grego de António de Castro Caieiro. São Paulo: Atlas, 2009.
- ARISTÓTELES; BINI, Edson. **Metafísica**. Bauru, SP: EDIPRO, 2006.
- ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- BENTHAM, Jeremy. **An introduction to the principles of morals and legislation**. Kitchener: Batoche Books, 2000. Disponível em <<http://pt.scribd.com>> Acesso em: 13 set. 2011.
- BITTENCOURT, Renato Nunes. Dinheiro: o duplê da virtude. Em: **Revista Filosofia - Portal Ciência e Vida**. Disponível em: <<http://filosofiacienciaevida.uol.com.br/ESFI/Edicoes/75/artigo271824-1.asp>>. Acesso em: 11 ago. 2013.
- BOUTROS-GHALI, Boutros. **Building peace and development: 1994 report on the work of the organization from the forty-eighth to the forty-ninth session of the General Assembly**. United Nations, 1994.
- BROWN, Marvin T. **Ética nos negócios**. São Paulo: Makron Books, 1993.
- BUARQUE, Cristovam. **Da ética à ética: minhas dúvidas sobre a ciência econômica**. Curitiba: Ibplex, 2012.
- CAMPOS, Vicente F. **TQC: Controle da Qualidade Total (no estilo japonês)**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bloch, 1992.

CARRETO CLAVO, Luis. **Aristóteles para executivos: como a filosofia ajuda na gestão empresarial.** São Paulo: Globo, 2008.

CHAPLIN, Charles. **Tempos modernos.** [Filme-vídeo]. EUA-França, 1936. 87 min. P&B.

CHAUI, Marilena de Souza. **Introdução à história da filosofia: dos pré-socráticos a Aristóteles.** v.1. São Paulo: Cia. das Letras, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** 8.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

COLLINS, James C.; PORRAS, Jerry I. **Feitas para durar: práticas bem sucedidas de empresas visionárias.** Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

CORTINA, Adela. **Construir Confiança: ética da empresa na sociedade da informação e das comunicações.** Adela Cortina (org.) São Paulo: Loyola, 2007.

CORTINA, Adela; MARTÍNEZ, Emilio. **Ética.** 3.ed. São Paulo: Loyola, 2010.

CYERT, Richad M.; MARCH, James D. **A behavioral theory of the firm.** Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1963. Disponível em <<http://www.mendeley.com>>. Acesso em: 8 dez. 2011.

DE GEORGE, RICHARD T. **A History of Business Ethics.** The Accountable Corporation - the third biennial global business conference sponsored by the Markkula Center for Applied Ethics at Santa Clara University. Disponível em <<http://www.scu.edu>>. Acesso em: 25 mai. 2012.

**DIÁRIO CATARINENSE.** DC Economia. Tomate puxa os preços da cesta básica em Florianópolis para cima em janeiro. Florianópolis, 06 fev. 2013.

DRUCKER, Peter F. **Business objectives and a survival needs: notes on a discipline of business enterprise.** The journal of business, v. 31. n. 2. P. 81-90, abr. 1958b.

DRUCKER, Peter. **What is “business ethics”?** The Public Interest. n. 63. Spring, 1981. Disponível em <<http://www.nationalaffairs.com>>. Acesso em: 10 nov. 2011.

**FOLHA DE SÃO PAULO.** FECAROTTA, Luiza. Especialistas criticam o tomate brasileiro, cujo preço é o maior dos últimos dez anos em SP. São Paulo, 19 set. 2012.

FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade: curso no Collège de France (1975-1976).** São Paulo: M. Fontes, 2005.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica: curso no Collège de France (1978 -1979).** São Paulo: M. Fontes, 2008.

FREEMAN, R. Edward. Stakeholder Theory of the Modern Corporation. In: ALLHOFF, Fritz; VAIDYA, Anand J. **Business in Ethical Focus: an anthology**. Ontario, Canada: Broadview Press, 2008.

FREEMAN, R. Edward. **Teaching Business Ethics. Master Seminar in Business Ethics**. Business Roundtable Institute for Corporate Ethics. Disponível em: <<http://www.darden.virginia.edu>>. Acesso em: 13 out. 2011.

FRIEDMAN, Milton. **The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits**. The New York Times Magazine, September 13, 1970.

G1. Produtores de tomate comemoram preço na região de Itapetininga, SP. G1 Itapetininga e região, 05 fev. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/itapetininga-regiao/noticia/2013/02/produtores-de-tomate-comemoram-preco-na-regiao-de-itapetininga-sp.html>>. Acesso em: 24 nov 2013.

GOMEZ-HERAS, J.M.G. **Teorias de la moralidad: introduccion a la etica comparada**. Madrid: Sintesis, 2004.

HOBBS, Thomas. **Hobbes's Leviathan reprinted from the edition of 1651 with an Essay by the Late W.G. Pogson Smith**. Oxford: Clarendon Press, 1909. Disponível em <<http://oll.libertyfund.org>> Acesso em: 25 mai. 2012.

KANT, Immanuel. **Antropologia de um ponto de vista pragmático**. Trad. Clélia Aparecida Martins. São Paulo: Iluminárias, 2006.

KANT, Immanuel. **Fundamentação da Metafísica dos Costumes**. Lisboa: Edições 70, 2009.

KELLER, A. Craig. **Smith versus Friedman: Markets and ethics**. School of Accountancy, College of Business Administration, Missouri State University. Critical Perspectives on Accounting 18 (2007) 159–188. Disponível em: <<http://www.elsevier.com>> Acesso em: 27 mai. 2011.

KUIAVA, Evaldo A. **Subjetividade transcendental e alteridade um estudo sobre a questão do outro em Kant e Levinas**. Caxias do Sul: Educs, 2003.

LUX, Kenneth. **O erro de Adam Smith: de como um filósofo moral inventou a economia e pôs fim à moralidade**. São Paulo: Nobel, 1993.

MARCONDES, Danilo. **Textos básicos de ética: de Platão a Foucault**. 4.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

MILL, John Stuart. **Princípios de economia política: com algumas de suas aplicações à filosofia social**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

MILL, John Stuart. **Utilitarismo: texto integral**. São Paulo: Escala, 2007.

MORRIS, Charles R. **Os magnatas**: como Andrew Carnegie, John D. Rockefeller, Jay Gould e J. P. Morgan inventaram a supereconomia americana. Porto Alegre: L&PM, 2006.

NODARI, Paulo C. **Sobre ética**: Aristóteles, Kant e Levinas. Caxias do Sul: Educs, 2010.

NOVAK, Michael. **The Spirit of Democratic Capitalism**. New York: Simon and Schuster Publications, 1992. p. 146.

PIRENNE, Henri. **História Econômica e Social da Idade Média**. 4.ed., S. Paulo: Mestre Jou, 1968. p.19.

PLATÃO, **A república**. 9. ed. São Paulo: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

**PRICEWATERHOUSECOOPERS**. Pesquisa de Crimes Econômicos. Brasil: Nov. 2009. Disponível em < <http://www.pwc.com.br>>. Acesso em: 25 mai. 2012.

RAWLS, John. **O Liberalismo político**. 2.ed. São Paulo: Ática, 2000.

RAWLS, John; VITA, Álvaro de. **Uma teoria da justiça**. 3.ed. rev. São Paulo: M. Fontes, 2008.

ROSSOUW, Dean. **Practising Applied Ethics with philosophical integrity**: the case of Business Ethics. In: Business Ethics: A European Review. v.17. n.2. Oxford: Blackwell, 2008.

SANDEL, Michael J. **O que o dinheiro não compra**: os limites morais do mercado. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

SANDEL, Michal J. **Justiça - O que é fazer coisa certa**. 5.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

**SÃO PAULO**. Secretária de Estado da Justiça e da Defesa da Cidadania. Fundação De Proteção e Defesa do Consumidor–PROCON/SP. Cadastro de reclamações fundamentadas 2011. Disponível em <<http://www.procon.sp.gov.br>>. Acesso em: 25 mai. 2012.

**SÃO PAULO**. Secretária de Estado da Justiça e da Defesa da Cidadania. Fundação De Proteção e Defesa do Consumidor–PROCON/SP. Cadastro de reclamações fundamentadas 2011.

SEN, Amartya Kumar. Ética da empresa e desenvolvimento econômico. In: CORTINA, Adela (org.). **Construir Confiança**: ética da empresa na sociedade da informação e das comunicações. São Paulo: Loyola, 2007.

SEN, Amartya Kumar. **Sobre ética e economia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

SEN, Amartya. **Does business ethics make economic sense?** Business Ethics Quarterly. 3/1, 1993.

SIDGWICK, Henry. **The Methods of Ethics**. London: Macmillan & Co, 1874. p. 1.

SIMMEL, Georg, **The Philosophy of Money**. Apud. BITTENCOURT, Renato Nunes. Dinheiro: o duplê da virtude. Em: Revista Filosofia - Portal Ciência e Vida. Disponível em: <<http://filosofiacienciaevida.uol.com.br/ESFI/Edicoes/75/artigo271824-1.asp>>. Acesso em: 11 ago. 2013.

SMITH, Adam. **An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**. Lausanne: MetaLibri Digital Library, 2007.

SMITH, Adam. **Teoria dos sentimentos morais**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

SMITH, Adam. **Uma investigação sobre a natureza e causas da riqueza das nações**. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1979.

SMITH, Adam. **Uma investigação sobre a natureza e causas da riqueza das nações**. Ed. rev. Curitiba: Hemus, 2008.

TAYLOR, Frederick Winslow. **Princípios de administração científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

UNIVERSITY OF ALABAMA. **What is business?** Coronet Instructional Films, 1948.

WARD, Thomas J. **Adam Smith's views on religion and social justice**. International Journal on World Peace. v. 21. n. 2.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2001.

WRIGHT, Peter L.; KROLL, Mark J.; PARNELL, John. **Administração estratégica: conceitos**. São Paulo: Atlas, 2000.