

Ética e responsabilidade social: discussões sobre as práticas nas empresas, relacionadas ao uso da tecnologia de informação¹

Lílian Viana Teixeira Cananéa²
Guilherme Ataíde Dias³

Resumo

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) estão mudando não apenas as formas do entretenimento e do lazer, mas potencialmente todas as instâncias da sociedade e dos ambiente empresarial. Para que se obtenha resultados positivos, entretanto, é necessário o uso adequado desses recursos tecnológicos, através de valores éticos e humanos. Neste contexto, o artigo apresenta conceitos de ética e de responsabilidade social nas empresas, relacionando essas práticas ao uso adequado dos recursos tecnológicos como diferencial competitivo.

Palavras-chave: Ética Empresarial. Responsabilidade Social Corporativa. Tecnologias da Informação e Comunicação.

1 Introdução

Embora iniciada na antiguidade grega, as discussões sobre a falta de ética nunca foram tão atuais. Seja na política, no esporte, religião ou indústria, sua utilização torna-se cada vez mais essencial e necessária, conforme afirma Britto (2007, p. 1): “O estudo da conduta vem evoluindo desde a antiguidade grega, com diversas teorias e aplicações, a ética torna-se fundamental em todas as áreas. No ramo empresarial, questões de caráter ético e social, são verdadeiros diferenciais às organizações”. A partir da explicação do autor podemos apreender que os assuntos relacionados a ética vêm evoluindo ao longo dos anos e cada vez destacando-se nas organizações.

Por estar diretamente conectado com a temática discutida entendemos oportuno trazer as considerações de Dias e Freire (2010, p.1):

¹ Artigo desenvolvido no contexto da disciplina Informação e Comunicação, do Mestrado em Ciência da Informação, da Universidade Federal da Paraíba

² Bacharel em Jornalismo para Universidade Federal da Paraíba e mestranda em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba. e-mail: lilicavianna@gmail.com

³ Doutor em Ciência da Informação pela Universidade de São Paulo - USP. Atualmente é Professor do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba. e-mail: guilhermeataide@gmail.com

Relembrar que as Tecnologias Digitais da Comunicação e Informação (TDICs) alteraram ou estão alterando o modo de pensar e agir de nossa sociedade contemporânea pode parecer lugar comum. Contudo, por mais que estejam internalizadas em nossa consciência, estas mudanças, o impacto das mesmas resulta em mudança de paradigmas que nos obrigam a refletir de forma contínua sobre a natureza das transformações e desafios que nos aguardam.

As tecnologias mencionadas pelos referidos autores estão virtualmente presentes em todos os espaços de atuação do seres humanos, desta forma, questões éticas emergem trazendo novos desafios e oportunidades para discussão.

O exercício da ética nas organizações demanda convicção, vontade política e competências pertinentes para tornar as ações empresariais concretas e objetivas, minimizando as resistências e as incompreensões (TERRA, 2008), principalmente no que tange ao uso das Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC). Sua atuação deve estar em “conformidade com os princípios morais e as regras do bem proceder aceitas pela coletividade (regras éticas)”. (MOREIRA, 1999, p.3)

Com o objetivo de contribuir e incentivar discussões sobre o assunto, o artigo apresenta conceitos de ética e de responsabilidade social nas empresas, relacionando essas práticas ao uso adequado dos recursos tecnológicos como diferencial competitivo.

2 Ética e empresa

A palavra ética origina-se do grego *ethos*, que pode se entender como “modo de ser” ou caráter. E moral deriva do latim *mos* ou *mores*, podendo se traduzir por “costume” ou “costumes”. Embora muito semelhantes, possuem práticas diferentes, conforme afirma Soares (2005, p.18-19):

A ética opera no plano da reflexão ou das indagações, estuda os costumes das coletividades e as morais que podem conferir-lhes consistência com o objetivo de libertar os agentes sociais da prisão do egoísmo que não se importa com os efeitos produzidos sobre os outros. A ética visa a sabedoria ou o conhecimento temperado pelo juízo. A moral, por outro lado, corresponde a um feixe de normas que as práticas cotidianas deveriam observar, por exemplo, as leis, que iluminam o entendimento dos usos e dos costumes.

Dupas (2001) complementa afirmando que a ética, assim, como as demais ciências, confronta-se com acontecimentos praticados pelo homem, partindo da

multiplicidade de diferenças de morais em épocas diferentes com seus valores, princípios e normas equivalentes.

Um dos campos mais carentes, no que diz respeito à aplicação da ética é do mundo dos negócios, já que os benefícios de sua prática aparentam ser, num primeiro momento, pouco quantificáveis. (KUNSCH, 2003).

É indiscutível a importância da ética para as organizações nos relacionamentos com seus diversos públicos. Ela, cada vez mais, apresenta-se inserida à vida humana e ao contexto empresarial. Conforme nos ensina Britto (2007, p. 5), “Todos como agentes sociais, possuem o dever de prestar a contribuição que lhes seja possível para que se alcance um desenvolvimento duradouro”.

Por esse motivo, é freqüente nos depararmos com códigos de ética e conduta relacionados às mais diversas profissões, e, até mesmo, a elaboração de normas próprias por parte das empresas. Normas estas que devem ser cumpridas por todo o corpo funcional. Afinal, ao mesmo tempo que ações éticas podem ser determinantes na escolha e fidelização dos clientes, uma pequena falha na conduta ética de uma empresa, pode resultar em perda da clientela e, em casos mais extremos, no encerramento de suas atividades.

Para Kunsch (2003), quando as pessoas acreditam na fidelidade da empresa na qual trabalham, tendem a dar o seu melhor na hora de realizar tarefas. E mais: motivados, esses funcionários passam a desempenhar suas funções em um nível mais elevado.

3 Responsabilidade social nas empresas

A idéia de responsabilidade social no ambiente empresarial é relativamente recente. Com as mudanças sócio-econômicas ocorridas a partir da segunda metade do século vinte, como, por exemplo, a quebra do paradigma fordista de trabalho e o avanço científico e tecnológico, as empresas acostumadas à mera e exclusiva maximização dos lucros, foram coagidas a adotar uma postura mais responsável em suas ações.

Embora o ato de prestar contas de suas ações sociais ao seu público tenha sua gênese em empresas norte-americanas, foi a França a primeira nação a exigir a prestação de contas dos investimentos sociais das empresas, com mais de 300 funcionários.

O reconhecimento da função social das empresas no Brasil culminou com o estabelecimento da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresa (ADCE) na década de 70 do século vinte, aliado ao enfraquecimento do Estado do Bem-Estar Social (Welfare State). A concepção do conceito de responsabilidade social, entretanto, só ganhou espaço no final da década de 80, consolidando-se nos últimos anos, de 1990 a 2003 (UNIMED, 2009).

Segundo Britto (2007, p.6), o movimento da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) decorre de três fatores que marcam a nossa contemporaneidade:

- A revolução tecnológica (satélites, telecomunicações), que eliminou distâncias e multiplicou a troca de informações via televisão, jornais, rádio, telefone e internet;
- A revolução educacional, que é consequência do número cada vez maior de pessoas que freqüentam escolas e querem mais informações;
- A revolução cívica, que é representada por milhões de pessoas organizadas de todo o mundo reunidas em associações e organizações não-governamentais (ONGs), defendendo seus direitos e seus interesses, como a promoção social e a proteção ambiental.

“Deste modo, a RSE deixou de ser uma opção para tornar-se fator estratégico na política das empresas. Quando se aborda o tema são recorrentes discussões acerca da ética empresarial ligada ao marketing social, por exemplo. É comum ainda, a confusão entre os conceitos de responsabilidade social e de ação social, sendo que a ação social (filantropia) faz parte da responsabilidade social, porém, em geral, pode representar um ato responsável momentâneo e não ser continuamente socialmente responsável para a sociedade como um todo”. (BRITTO, 2007, p. 6).

Conforme o Instituto *Ethos* de Empresas e Responsabilidade Social, “a responsabilidade social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social”. Desta forma, a empresa socialmente responsável é aquela que contribui para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo (WIKIPEDIA, 2010), agregando um caráter de integração entre a empresa e a sociedade e tendo a prática social e a valorização humana como responsáveis pelo desenvolvimento do público interno e externo.

Em resumo, uma empresa socialmente responsável tem a capacidade de colocar em prática ações que visem ao bem-estar comum e que consegue inserir valores éticos ao planejamento de suas atividades, inserindo, neste processo, os objetivos e

interesses dos seus diferentes públicos (clientes, funcionários e fornecedores, por exemplo), não apenas de seus proprietários. (INSTITUTO ETHOS, 2009).

Meira e Oliveira (apud BRITTO, 2007, p,7) “apresentam quatro dimensões da responsabilidade social corporativa, todas relacionadas à obrigação de uma organização maximizar seus impactos positivos na sociedade e minimizar seus impactos negativos...”, a Figura 1 ilustra estas quatro dimensões:

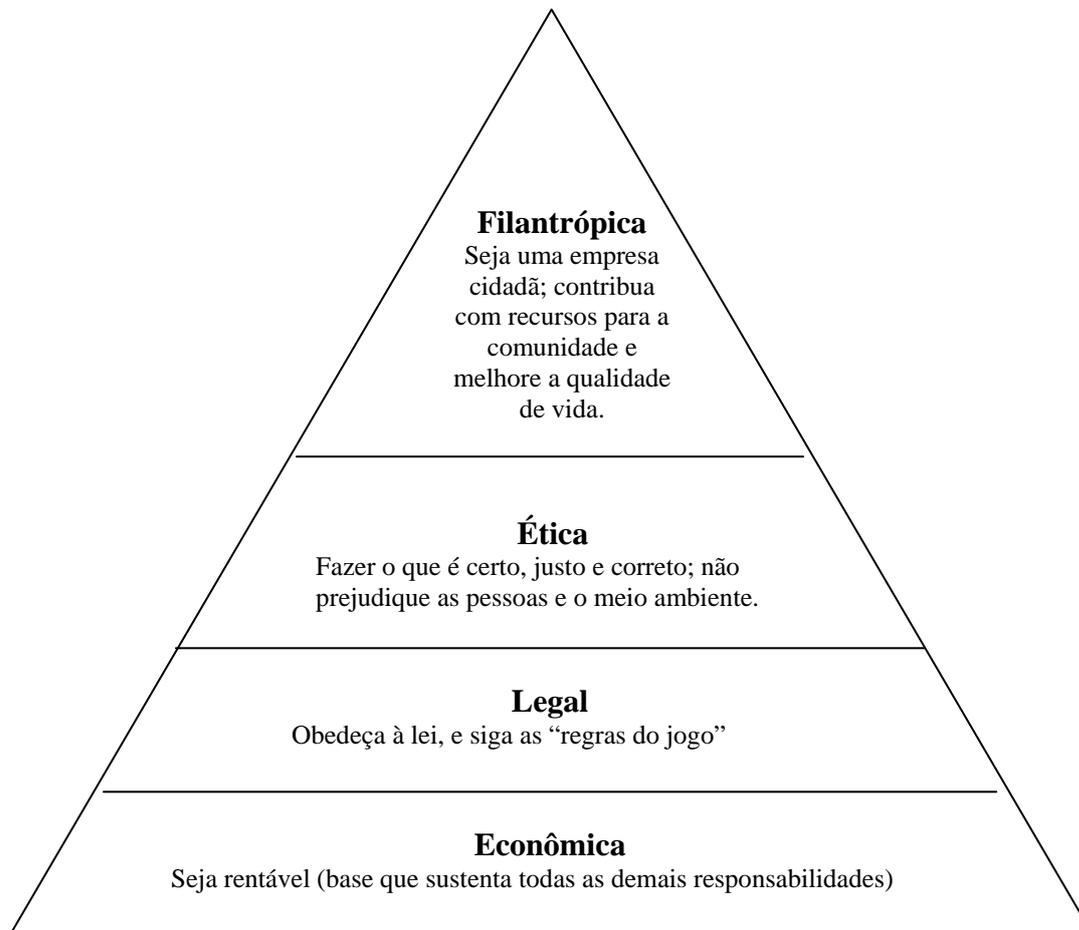


Figura 1 – Dimensões da RSE

Fonte: Comportamento do cliente Meira e Vieira (apud BRITTO, 2007, p. 268)

De acordo com Tenório (2006), a responsabilidade social empresarial tornou-se um fator de avaliação e preferência para investidores e consumidores. Sendo assim, a afirmação do autor nos leva a crer que a prática da responsabilidade social empresarial pode ser um princípio diferencial de quem a pratica, já que seus valores repercutem, gerando, assim, uma vantagem no mercado e uma imagem mais positiva e humanizada.

Essa prática permeia duas dimensões: a gestão de social interna e a gestão social externa. Enquanto a primeira focaliza o bem-estar do público-interno da empresa,

seus empregados e dependentes, a segunda trabalha com foco na comunidade mais próxima da empresa ou o local onde ela está situada (BRITTO, 2007).

4 Ética e tecnologia da informação

Segundo Santaella (2003), já está se tornando lugar-comum afirmar que as novas tecnologias da informação e comunicação estão mudando não apenas as formas do entretenimento e do lazer, mas potencialmente todas as esferas da sociedade. Ainda segundo a autora (SANTAELLA, 2003), o acesso fácil a informações sobre diversos assuntos (sejam eles relevantes ou não) e o estreitamento das fronteiras entre países têm sido responsável pela grande mudança de paradigmas nas relações da sociedade atual, no trabalho (robótica e tecnologias para escritórios), no gerenciamento político, nas atividades militares e policiais (a guerra eletrônica), no consumo (transferência de fundos eletrônicos), na comunicação e na educação (aprendizagem à distância). Enfim, estão mudando toda a cultura em geral.

Leite (2005) explica que “Entretanto, o conceito atual de modernidade tem desviado a atenção da sociedade no sentido de medir e avaliar os aspectos benéficos e maléficos desse processo na qual a humanidade avança”. Se por um lado acumula saber (produção científica e tecnológica), por outro, esta mesma tecnologia da informação, leva a processos de exclusões. Enquanto há sociedades voltadas para o aprendizado e para informação; outras são privadas do acesso à tecnologia da informação. (DUPAS, 2001).

Sendo assim, torna-se, cada vez mais perceptível que o antigo argumento a favor da TIC não é mais totalmente pertinente, ou seja, que a mesma propiciaria o crescimento do bem-estar e o acesso por todos os indivíduos do mundo de renda justa. É pertinente comentar que para uma efetivação integral das TIC na sociedade é necessário que sejam considerados temas como exclusão, alfabetização e limitações digitais.

Mais uma vez recorremos a Leite (2005) que esclarece: “No meio desta revolução da informação, surge, ainda, a discussão do que é ético, ou antiético, sobretudo em relação a quem detêm o poder de determinar ações que influenciam a vida de pessoas, grupos e organizações”. Questões como essa nos leva a refletir e constatar que o campo para investigações éticas é vasto e carente de novas pesquisas.

Dessa forma, é importante compreender as dimensões éticas que envolvem o uso da informação, já que sua prática (ou falta dela), pode ter conseqüências negativas no convívio humano, tanto na consciência individual quanto na coletiva. (LEITE, 2005)

Os seguintes questionamento contribuem para uma maior reflexão e ajudam a entender melhor o assunto: o departamento de informática da empresa pode monitorar as atividades dos colaboradores?; é correto deixar os funcionários utilizarem os recursos da empresa para realizar atividades particulares?; e as conta de e-mails corporativos, podem ser utilizados também para fins pessoais, mesmo que não possuam conteúdo impróprio?

Em tese, o comportamento ético é regido por leis, políticas corporativas, ética profissional e julgamento pessoal. Mas, como os profissionais descobrem o tempo todo, pôr essa conduta em prática, diante de uma sociedade complexa, pode ser um dos maiores desafios de suas carreiras (INTECRAFT, 2007).

5 Considerações finais

Finalizamos indicando que as questões éticas devem ser consideradas como uma oportunidade singular de desenvolvimento e competitividade para que as organizações atinjam seus objetivos. Venturoso (2008) esclarece ainda que: “Ao mesmo tempo, a corporação deve ficar atenta às responsabilidades para com a sociedade, afinal nada adianta uma empresa aparentar ser eticamente correta, dentro deste contexto, se ela não assumir uma política de responsabilidade social”.

Uma empresa ética deve incorporar em seu planejamento de atividades projetos que visem ao bem-estar social, à melhoria do ambiente de trabalho, ao uso adequado das TIC, entre outros, com a participação de seus diversos públicos. Funcionários, consumidores, fornecedores, entre outros, serão peças-chave no processo de reposicionamento da empresa e do estabelecimento de novas relações, baseadas na ética e na conduta socialmente responsável.

Por fim, para que essas ações consigam atingir o êxito esperado, devem estar ancoradas a valores morais, transparência e legalidade. Essas atitudes determinarão o rumo das empresas e dos profissionais que fazem parte dela.

6 Referências

BRITTO, Bárbara Neves de. **Ética e Responsabilidade Social Empresarial na utilização da Tecnologia da Informação**. 2007. Disponível em <http://www.aedb.br/seget/artigos07/1413_Etica%20e%20RSE%20no%20uso%20da%20TI.pdf>. Acesso em 20 jan. 2010.

DIAS, Guilherme Ataíde ; FREIRE, Isa Maria . Ciberespaço, redes sociais, agentes...: aspectos éticos para reflexão. In: I Simpósio Brasileiro de Ética da Informação. 2010. João Pessoa. **Anais Eletrônicos** (CD-ROM).

DUPAS, Gilberto. **Ética e poder na sociedade da informação**. 2. ed. São Paulo: Editora UNESP, 2001.

INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**. São Paulo: Instituto de Empresas e Responsabilidade Social, 2009. Disponível em <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em 20 jan. 2010.

INTERCRAFT. **Ética em TI: segredos obscuros, verdades ameaçadoras – e pouca orientação**. 2007. Disponível em <http://www.intercraft.inf.br/noticia/apresenta_noticias.aspx?cod=2014>. Acesso em 20 jan. 2010.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LEITE, Helio Teixeira. 2005. **Tecnologia da Informação e Ética**: elementos de reflexão. Disponível em <<http://www.kplus.com.br/materia.asp?co=156&rv=Direito>>. Acesso em 20 jan. 2010.

MOREIRA, Joaquim Magalhães. **A ética empresarial no Brasil**. São Paulo: Pioneira, 1999, p. 28.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SOARES, Bárbara. **A abordagem da ética nos cursos de graduação em administração de salvador**. Salvador 2005.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade Social Empresarial**: teoria e prática. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

TERRA, Lucimara. 2008. **Ética nas Empresas**. Disponível em <<http://www.artigonal.com/administracao-artigos/etica-nas-empresas-596745.html>>. Acesso em 20 jan. 2010.

UNIMED. 2009. **Histórico da Responsabilidade Social**. 2009. Disponível em <http://www.unimed.com.br/pct/index.jsp?cd_canal=54473&cd_secao=54459>. Acesso em 20 jan. 2010.

VENTUROSO, Leandro Juliatti. 2008. **Ética Empresarial e a Responsabilidade Social e Ambiental**. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/etica-empresarial-e-a-responsabilidade-social-e-ambiental/23198/print/>>. Acesso em 20 jan. 2010.

WIKIPEDIA. 2010. **Responsabilidade Social**. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Responsabilidade_social>. Acesso em 20 jan. 2010.