

VERITAE

TRABALHO – PREVIDÊNCIA SOCIAL – SEGURANÇA E SAÚDE NO TRABALHO

Orientador Empresarial

ARTIGOS

O PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO, A ÉTICA E A SOCIEDADE ATUAL

** Por Profº Lívio Giosa*

Estamos vivendo um momento de “choque de ética” no Brasil. A crise de valores é percebida por todos e em todos os ambientes. A “anti-ética na política” dá um show de desilusão na sociedade, com ampla divulgação através dos veículos de comunicação, levando a dúvidas de comportamento desta nossa sociedade.

O que nos resta fazer, então?

Este olhar conjuntural dos últimos episódios do dia a dia brasileiro não consegue ocultar o grau do processo de transformação por que passa a sociedade brasileira.

Felizmente essa onda gigante transformatória, “tsunamicamente” forte, vem em nossa direção e nos atinge e a nós se mistura, engrossando substancialmente o caldo da mudança...

E, por ser contemporânea, muitos ainda não a percebem.

Podemos, então, identificar que o fio condutor deste processo de transformação está baseado em quatro vetores básicos a saber:

- O vetor Macroeconômico;
- O da Sociedade propriamente dita
- O do Terceiro Setor
- E o da Responsabilidade Social Corporativa

Sob este foco, surgem, heroicamente, no dicionário cotidiano da vida da sociedade brasileira, três palavras-chave que comandam estas ações de mudança. São elas: ÉTICA, CIDADANIA e PARTICIPAÇÃO.

Os exemplos de sua aplicação, por si só, já explicam suas influências no nosso dia a dia. Senão, vejamos:

ÉTICA:

- Cada vez mais, e em todos os cursos universitários, a disciplina Ética está presente no currículo;
- O Código de Ética passou a ser o projeto mais importante implantado nas empresas, definindo a sua missão, valores, princípios, regulando as linhas de atuação comportamental dos seus colaboradores junto aos Stakeholders (públicos com os quais a empresa se relaciona) e de suas relações institucionais;
- No relacionamento comercial, a empresa procura manter-se eticamente responsável, posicionando seu produto ou serviço de maneira sempre correta perante o seu cliente / consumidor;
- Da mesma forma, firma-se a postura de sustentabilidade e preservação do meio ambiente, caso a produção ou comercialização dos produtos possa afetar esta atitude;
- Entregar corretamente o que se compromete, o que está na sua publicidade, o que está inscrito na embalagem. É a empresa eticamente responsável, “cobrada” assim pelos seus clientes.

CIDADANIA:

- Com mais educação, a população obtém mais conhecimento e se posiciona com um perfil mais crítico.
- Assim, busca seus direitos, cobrando-os das empresas e autoridades públicas.
- O Código de Defesa do Consumidor passou a ser o instrumento que define exatamente esta relação, valorizando e garantindo os direitos da sociedade.
- À empresa resta cumprir o Código à risca. Organizações “eticamente irresponsáveis” são denunciadas diariamente e acabam não se sustentando nos seus negócios.

PARTICIPAÇÃO:

O Terceiro Setor se multiplica no Brasil. Inúmeras ONG's (Organizações Não Governamentais) se instalam, se formam através da sede de participação da sociedade, que assume o papel da transformação, através dos seus atos e atitudes em prol do coletivo.

Portanto, esta nova ordem penetra na sociedade e dá o tom estrutural, concreto, da verdadeira ação inclusiva e permanente de transformação que atinge o nosso país e nos sustenta.

Com ânimo e, ainda, com o mínimo de esperança que nos resta, somente as atitudes do bem nos levarão a completarmos o ciclo virtuoso das relações éticas entre todos os seus agentes envolvidos.

*** LÍVIO GIOSA – Vice Presidente da ADVB – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil; Diretor do IRES - Instituto ADVB de Responsabilidade Social; Diretor e Coordenador da Pesquisa Nacional sobre Responsabilidade Social nas Empresas e do Prêmio TOP Social da ADVB.**

Contato: liviogiosa@liviogiosa.com.br

Um Ótimo Dia para Você!
Equipe Técnica VERITAE

VERITAE

www.veritae.com.br