



ÉTICA PROFISSIONAL PARA JOVENS ADULTOS

Os alunos de hoje, embora aparentemente apolíticos, e segundo alguns, ahistóricos, não vivem num vácuo. Espelham, antes, de forma fiel, as características centrais da sua cultura e do seu tempo. Assim como muitos dos mitos e sonhos que costumavam definir propósitos, significados e rumos deixaram de funcionar para o indivíduo moderno e secular, também a nossa cultura ficou demasiado circunscrita ao concretismo. Será apropriado criticar os jovens adultos por serem materialistas e gananciosos, quando a sua cultura pouco mais lhes oferece além de dinheiro e de estatuto, enquanto símbolos de autoridade, afirmação, sucesso, e sentido de pertença? Não terão alguns dos nossos mais talentosos jovens sido ensinados (implicitamente, se não explicitamente) a definir sucesso em termos de graus académicos e em termos de dólares?

Não deixa de ser irónico que a geração que está prestes a entrar num novo globalismo interdependente apresente novas formas de isolamento e individualismo culturais. Na mesma altura em que a nossa cultura social está a ser progressivamente homogeneizada pelos meios de comunicação, e por muitas outras redes informacionais e comerciais que todos partilhamos, a sociedade americana experimenta um isolamento, cada vez maior, ditado pela classe económica a que se pertence. À semelhança de muitos de nós, os alunos de hoje

não têm muita interação com pessoas que pertencem a estratos económicos e culturais diferentes do seu.

Além disso, os diferentes estratos partilham, cada vez mais, o isolamento cultural e a ignorância mútua. Todos ignoram as relações que os unem, e cada um ignora a interdependência económica que afeta, de forma profunda, as pessoas que vivem noutros estratos que não o seu, tanto a nível nacional como internacional. Este isolamento cultural restringe a compaixão enquanto capacidade para ver e, se necessário, sofrer, através do olhar do outro. Dado que a compaixão é a raiz axial da imaginação ética, esta tendência revela-se extremamente perturbadora. De igual modo, o isolamento cultural delimita a nossa capacidade para gerir uma interdependência global emergente.

Estas circunstâncias são exacerbadas pelos valores que moldaram as nossas normas éticas no passado. Uma destas normas é o imenso valor que colocámos no indivíduo. Não que esta ênfase esteja errada. Contudo, no mundo cada vez mais interdependente de hoje, pode revelar-se um problema. Caímos na armadilha do individualismo enquanto ideologia, ao mesmo tempo que empurrámos os valores da autonomia, da competência pessoal, do sucesso e da liberdade para um limite que agora nos assusta mais do que nos empodera. Esquecemos as relações entre o indivíduo e o sistema social, entre a liberdade e a responsabilidade. Para a maioria das pessoas, a realização individual depende de um lugar no seio de uma comunidade, de uma forma significativa de socialidade. Os nossos jovens adultos, mesmo alguns dos mais talentosos e dotados, vivem apenas com metade daquilo que necessitam. Enquanto idealizam a liberdade como procura da satisfação individual, não conseguem idealizar o compromisso social e a responsabilidade de forma igualmente convincente. Além disso, ainda não possuem uma imaginação que lhes permita lidar, de forma criativa, com a crescente complexidade de uma economia e uma ecologia globais e interdependentes. Conseguem ver o indivíduo e a empresa individual, mas não reconhecem tão facilmente o tecido social, ecológico e político no seio do qual ambos vivem e do qual ambos dependem.

A divisão entre comércio e responsabilidade social no sistema de valores destes

jovens adultos é, em parte, fomentada pela rutura que existe na sociedade ocidental entre valores materiais e valores transcendentais; entre o mundo comercial e os mundos da religião, da educação, das humanidades e da casa, incluindo a vida pessoal e familiar. Assim, o setor comercial pode ser pragmático, porque os outros setores preservarão e protegerão os valores humanizantes da civilização. O mundo comercial encara o “setor humanizante” como um porto de abrigo do seu mundo impiedoso, mas um porto que se sente grato por haver alguém que faça o trabalho “sujo”.

Estes dois mundos, o do comércio e o dos valores, começam a reconhecer que a nossa vida económico-comercial influencia todos os setores da sociedade, de uma forma interdependente. Contudo, até sanarmos esta rutura básica, a questão da “ética empresarial” continuará a ser uma categoria problemática para a mentalidade convencional, caso não vá além das meras convenções da etiqueta empresarial. O aluno que inicia o seu MBA é, inevitavelmente, influenciado por esta dissociação cultural, como se torna evidente nas várias ocasiões em que os estudantes exprimiram a perceção de que uma boa decisão comercial (ou seja, lucrativa) não seria considerada uma decisão ética.

Assumimos que, para estes alunos, o conceito de “sucesso” seria primordial e assim era. O que nos surpreendeu foi que, aquando da discussão sobre os tipos de sucesso a que aspiravam, a maioria dos alunos, e mais os homens do que as mulheres, falou do desejo simultâneo de equilíbrio e de sucesso. Um pequeno número falou mesmo da vontade de exercer “algum tipo de influência num pequeno canto do mundo”, de dar “um contributo social que seja mais do que dinheiro”, e de “fazer ouvir a [minha] voz na comunidade exterior ao escritório”.

Estas exceções merecem atenção, pois parecem evidenciar a possibilidade de uma atitude mais crítica e abrangente em relação ao eu e ao mundo. Nas entrevistas que fizemos, estes alunos demonstraram, de forma consistente, uma capacidade para a reflexão crítica e foram capazes de articular opiniões de forma mais complexa e completa. As suas convicções conseguiam admitir maiores ambiguidades e estavam menos sujeitos à autoridade de normas implícitas.

Qualquer abordagem sobre o ensino da ética em contexto de liderança empresarial e de tomada de decisões tem de reconhecer que não é difícil ensinar filosofia moral ou teoria ética de sistemas a jovens adultos inteligentes e talentosos. A tarefa mais séria e desafiadora consiste em desenvolver um currículo que promova não só a reflexão ética, mas também a criação de coragem moral. O velho dilema entre saber uma coisa e fazer outra não constitui competência ética. No fundo, tudo se resume ao seguinte: será que os futuros gestores empresariais tiveram oportunidade de agir não só de forma legal, mas também justa? Não só de forma defensável, mas também compassiva? Não apenas de forma eficiente, mas também consistente com uma visão moral que abrange adequadamente as exigências complexas e interdependentes da vida moderna?

Dado que a cultura convencional da nossa sociedade pressupõe uma divisão entre negócios e valores, é necessário que o currículo empresarial seja concebido de forma a não encarar a ética como uma matéria à parte. Tendo em conta o meio cultural em que vivem, muitos dos alunos chegam à Harvard Business School com o pressuposto de que a semana se destina a tratar de negócios e de que “salvar as baleias” deve ser deixado para o fim de semana.

Este ponto de vista ignora o número de decisões tomadas todos os dias, que não só afetam as baleias, mas também tudo o que as “baleias” podem simbolizar. Este tipo de comentário alerta-nos para a importância estratégica, em termos de educação, de reconhecer que, uma vez que cada decisão empresarial, pequena ou grande, tomada em cada nível da organização, implica escolhas éticas múltiplas que se estendem para lá da empresa, é preciso cultivar a capacidade de reconhecer e fundamentar o alcance ético das decisões empresariais, e encarar essa capacidade como uma competência fundamental da prática empresarial responsável e profissional.

Thomas R. Piper & alii
Can ethics be taught?
Boston, Harvard Business School, 1993
(Tradução e adaptação)