

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO



**EIXO TECNOLÓGICO:
GESTÃO E NEGÓCIOS**



2025 - INEPROTEC

Diretor Pedagógico	EDILVO DE SOUSA SANTOS
Diagramação	MICHEL MARTINS NOGUEIRA
Capa	MICHEL MARTINS NOGUEIRA
Elaboração	INEPROTEC

Direitos Autorais: É proibida a reprodução parcial ou total desta publicação, por qualquer forma ou meio, sem a prévia autorização do INEPROTEC, com exceção do teor das questões de concursos públicos que, por serem atos oficiais, não são protegidas como Direitos Autorais, na forma do Artigo 8º, IV, da Lei 9.610/1998. Referida vedação se estende às características gráficas da obra e sua editoração. A punição para a violação dos Direitos Autorais é crime previsto no Artigo 184 do Código Penal e as sanções civis às violações dos Direitos Autorais estão previstas nos Artigos 101 a 110 da Lei 9.610/1998.

Atualizações: A presente obra pode apresentar atualizações futuras. Esforçamo-nos ao máximo para entregar ao leitor uma obra com a melhor qualidade possível e sem erros técnicos ou de conteúdo. No entanto, nem sempre isso ocorre, seja por motivo de alteração de software, interpretação ou falhas de diagramação e revisão. Sendo assim, disponibilizamos em nosso site a seção mencionada (Atualizações), na qual relataremos, com a devida correção, os erros encontrados na obra e sua versão disponível. Solicitamos, outros sim, que o leitor faça a gentileza de colaborar com a perfeição da obra, comunicando eventual erro encontrado por meio de mensagem para contato@ineprotec.com.br.

VERSÃO 2.0 (01.2025)

Todos os direitos reservados à
Ineprotec - Instituto de Ensino Profissionalizante e Técnico Eireli
Quadra 101, Conjunto: 02, Lote: 01 - Sobreloja
Recanto das Emas - CEP: 72.600-102 - Brasília/DF
E-mail: contato@ineprotec.com.br
www.ineprotec.com.br

Sumário

ABERTURA	06
SOBRE A INSTITUIÇÃO	06
• Educação Tecnológica, Inteligente e Eficiente	06
• Missão	06
• Visão	06
• Valores	06
SOBRE O CURSO	06
• Perfil profissional de conclusão e suas habilidades	07
• Quesitos fundamentais para atuação	07
• Campo de atuação	07
• Sugestões para Especialização Técnica	07
• Sugestões para Cursos de Graduação	07
SOBRE O MATERIAL	08
• Divisão do Conteúdo	08
• Boxes	09
BASE TEÓRICA	10
INTRODUÇÃO	10
ETICIDADE, MORALIDADE E LEGALIDADE	12
• Eticidade	12
✓ Princípios da Eticidade	13
• Moralidade	13
✓ O que são valores morais?	13
✓ Os juízos morais	14
✓ A importância dos valores morais na construção de uma sociedade	14
• Legalidade	15
✓ Princípio da Legalidade	15
A ÉTICA	16
• Ética da convicção e Ética da responsabilidade	16
✓ Ética da convicção	16

✓ Ética da responsabilidade	16
ÉTICA DA VIRTUDE	17
• O que é virtude?	18
✓ As virtudes são iguais para todos?	18
• Ética em vendas	20
✓ Propina	21
✓ Conluio	21
✓ Espionagem	21
✓ Conflito de interesses	21
✓ Indução ao erro	21
• Ética na relação empresa–consumidor	22
✓ Ética na prática	22
✓ Código de ética no atendimento ao cliente	23
✓ Importância da ética no atendimento ao cliente	23
✓ Condutas indicadas para garantir a ética no atendimento ao cliente	23
✓ Despreparo dos colaboradores	24
• A empresa ética	24
✓ O impacto da ética em uma empresa	25
✓ Líderes e liderados diante da ética empresarial	26
PENSADORES E A ÉTICA	26
• Aristóteles	26
• Maquiavel	27
• Kant	28
BIOÉTICA	29
• Os princípios da bioética	29
✓ Princípio da não maleficência	29
✓ Princípio da beneficência	30
✓ Princípio da autonomia	30
✓ Princípio da justiça	31
• Para que serve a bioética?	32
RELACIONAMENTO INTERPESSOAL	32

• Grupo Social	33
• Conhecer a si mesmo: Eu x Outro	36
✓ Os dez Mandamentos das Relações Humanas	36
• Marketing Pessoal	37
✓ Elementos fundamentais no marketing pessoal	38
ESTILOS INTERPESSOAIS	40
ÉTICA PROFISSIONAL NOS DIAS ATUAIS	46
CIDADANIA E CIDADANIA ORGANIZACIONAL	47
• Cidadania	48
• Cidadania organizacional	50
• Comportamentos de cidadania organizacional	54
✓ Tipos de CCO	60
SESSÕES ESPECIAIS	62
MAPA DE ESTUDO	62
SÍNTESE DIRETA	63
MOMENTO QUIZ	65
GABARITO DO QUIZ	66
REFERÊNCIAS	66



MÓDULO I

**ÉTICA E CIDADANIA
ORGANIZACIONAL**

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO



Abertura

SOBRE A INSTITUIÇÃO

Educação Tecnológica, Inteligente e Eficiente

O Instituto de Ensino Profissionalizante e Técnico (INEPROTEC) é uma instituição de ensino que valoriza o poder da educação e seu potencial de transformação.

Nascemos da missão de levar educação de qualidade para realmente impactar a vida dos nossos alunos. Acreditamos muito que a educação é a chave para a mudança.

Nosso propósito parte do princípio de que a educação transforma vidas. Por isso, nossa base é a inovação que, aliada à educação, resulta na formação de alunos de grande expressividade e impacto para a sociedade. Aqui no INEPROTEC, o casamento entre tecnologia, didática e interatividade é realmente levado a sério e todos os dias otimizado para constante e contínua evolução.

Missão

A nossa missão é ser símbolo de qualidade, ser referência na área educacional presencial e a distância, oferecendo e proporcionando o acesso e permanência a cursos técnicos, desenvolvendo e potencializando o talento dos estudantes, tornando-os, assim, profissionais de sucesso e cidadãos responsáveis e capazes de atuar como agentes de mudança na sociedade.

Visão

O INEPROTEC visa ser um instituto de ensino profissionalizante e técnico com reconhecimento nacional, comprometido com a qualidade e excelência de seus cursos, traçando pontes para oportunidades de sucesso, tornando-se, assim, objeto de desejo para os estudantes.

Valores

Ciente das qualificações exigidas pelo mercado de trabalho, o INEPROTEC tem uma visão que prioriza a valorização de cursos essenciais e pouco ofertados para profissionais que buscam sempre a atualização e especialização em sua área de atuação.

SOBRE O CURSO

O curso TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO pertence ao Eixo Tecnológico de GESTÃO E NEGÓCIOS. Vejamos algumas informações importantes sobre o curso TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO relacionadas ao **perfil profissional de conclusão e suas habilidades**,

quesitos fundamentais para atuação, campo de atuação e, também, algumas sugestões interessantes para continuação dos estudos optando por **Especializações Técnicas** e/ou **Cursos de Graduação**.

Perfil profissional de conclusão e suas habilidades

- Executar operações administrativas de planejamento, pesquisas, análise e assessoria no que tange à gestão de pessoal, de materiais e produção, de serviços, gestão financeira, orçamentária e mercadológica.
- Utilizar sistemas de informação e aplicar conceitos e modelos de gestão em funções administrativas, sejam operacionais, de coordenação, de chefia intermediária ou de direção superior, sob orientação.
- Elaborar orçamentos, fluxos de caixa e demais demonstrativos financeiros.
- Elaborar e expedir relatórios e documentos diversos.
- Auxiliar na elaboração de pareceres e laudos para tomada de decisões.

Quesitos fundamentais para atuação

- Conhecimentos e saberes relacionados à área administrativa, com atuação em conformidade com as legislações e diretrizes de conduta, como também com as normas de saúde e segurança do trabalho, pautada em ações empreendedoras e inovadoras, com foco em geração de novas oportunidades de negócio e geração de renda.
- Exercício da profissão pautado no comprometimento com necessidades, desejos e percepção da realidade social de clientes, além de respeito à diversidade e à sustentabilidade.

Campo de atuação

- Indústrias e/ou Comércios em Geral.
- Prestadores de Serviços.
- Organizações do Terceiro Setor.

Sugestões para Especialização Técnica

- Especialização Técnica em Administração de Materiais.
- Especialização Técnica em Administração de Produção.
- Especialização Técnica em Educação Ambiental.

Sugestões para Cursos de Graduação

- Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais.
- Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos.
- Curso Superior de Tecnologia em Marketing.
- Curso Superior de Tecnologia em Logística.
- Curso Superior de Tecnologia em Gestão Financeira.
- Bacharelado em Administração.
- Bacharelado em Ciências Contábeis.

SOBRE O MATERIAL

Os nossos materiais de estudos são elaborados pensando no perfil de nossos cursistas, contendo uma estruturação simples e clara, possibilitando uma leitura dinâmica e com volume de informações e conteúdos considerados básicos, mas fundamentais e essenciais para o desenvolvimento de cada disciplina. Lembrando que nossas apostilas não são os únicos meios de estudo.

Elas, juntamente com as videoaulas e outras mídias complementares, compõem os vários recursos midiáticos que são disponibilizados por nossa Instituição, a fim de proporcionar subsídios suficientes a todos no processo de ensino-aprendizagem durante o curso.

Divisão do Conteúdo

Este material está estruturado em três partes:

- 1) ABERTURA.
- 2) BASE TEÓRICA.
- 3) SESSÕES ESPECIAIS.

Parte 1 - ABERTURA

- Sobre a Instituição.
- Sobre o Curso.
- Sobre o Material.

Parte 2 – BASE TEÓRICA

- Conceitos.
- Observações.
- Exemplos.

Parte 3 – SESSÕES ESPECIAIS

- Mapa de Estudo.

- Síntese Direta.
- Momento Quiz.

Boxes

Além dessas três partes, no desenvolvimento da BASE TEÓRICA, temos alguns BOXES interessantes, com intuito de tornar a leitura mais agradável, mesclando um estudo mais profundo e teórico com pausas pontuais atrativas, deixando a leitura do todo “mais leve” e interativa.

Os BOXES são:

- VOCÊ SABIA?

	São informações complementares contextualizadas com a base teórica, contendo curiosidades que despertam a imaginação e incentivam a pesquisa.
---	--

- PAUSA PARA REFLETIR...

	Um momento especial para descansar a mente do estudo teórico, conduzindo o cursista a levar seus pensamentos para uma frase, mensagem ou indagação subjetiva que leve a uma reflexão pessoal e motivacional para o seu cotidiano.
---	--

- SE LIGA NA CHARADA!

	Se trata de um momento descontraído da leitura, com a apresentação de enigmas e indagações divertidas que favorecem não só a interação, mas também o pensamento e raciocínio lógico, podendo ser visto como um desafio para o leitor.
---	--

Base Teórica

INTRODUÇÃO

Quando se pensa em vendas e comércio, automaticamente pode-se pensar nos interesses de todos aqueles que fazem parte de tal cenário - clientes e empresas - de tal forma que existe uma busca por recursos e valores; isso abre espaço para atividades que podem beirar - ou mesmo adentrar - a falta de ética, que está sendo entendida como um código de conduta, políticas e práticas que gerem os mercados e as relações entre consumidores e organizações.

Profissionais de vendas atuam em uma posição única, favorável a influenciar as decisões das pessoas que vão ao seu encontro. Esta habilidade pode ser usada para o bem ou mal, afinal, as capacidades persuasivas de grandes vendedores podem se tornar manipuladoras, e isso não é bom, quiçá uma prática ética.

Segundo Arruda (2003), o profissional de vendas tem, antes de tudo, a atividade, a fim de informar o consumidor, ajudando-o a identificar a sua real necessidade. Quando a atividade de vendas deixa de lado essa sua função de informação, escondendo aspectos importantes do produto ou serviço para apenas convencer o consumidor a comprar, práticas antiéticas podem vir a prejudicar o comprador.

Arruda (2003) menciona que o “caráter educacional da venda deve ser resguardado”. Sendo assim, faz parte da conduta ética o vendedor não ocultar informações sobre especificações, capacidades e limitações da sua venda, pois essa atitude deixa o consumidor em situação de desvantagem na negociação. Além disso, um consumidor satisfeito sempre retorna, o que acaba resultando na fidelização do mesmo para com a organização.

A ética e a moral são dois pilares muito valorizados no mundo corporativo, porém é possível identificar constantemente a ocorrência de desvios de conduta nos negócios, seja dentro do âmbito da administração pública quanto da privada. Em uma competição desenfreada, algumas pessoas e organizações consideram que a frase maquiavélica “os fins justificam os meios” deva ser empregada de forma literal, o que acaba por minar os pilares da ética e frustrar o ser social.

Portanto, para que o negócio se sustente em uma condução ética faz-se necessário e relevante a construção de valores, tendo em vista que a consciência, a competência e o envolvimento não se constroem somente por conceitos preestabelecidos, mas principalmente, da sintonia entre o pensar, o sentir e o agir. Derivada do grego (ethos), a

palavra ética possui como significado caráter e modo de ser. É, portanto, o nome conectado às diferentes maneiras que o indivíduo reage ou responde ao tradicionalmente estabelecido, isso após julgar as ideias mediante os seus valores individuais de bem e mal. Porém, a ética se refere apenas às ações humanas, já que os outros seres agem conforme os seus instintos, sob determinismos biológicos.

Alves (2002) considera que "só podem ser consideradas ações morais ou éticas aquelas que resultaram da liberdade de definir o que é certo ou errado, de aceitar e agir de uma ou de outra maneira, de decidir mudar as regras porque não as considera coerentes com seus valores de certo ou errado, mesmo que, para isso, tenha de enfrentar os detentores de poder (familiar, político, religioso, militar, econômico ou outra, inclusive a opinião pública). As que foram movidas por instinto, sob forte pressão psicológica ou por pressão de outros, sem qualquer possibilidade de escolha do sujeito, essas estão isentas de julgamento moral ou ético".

No ambiente organizacional e no contexto de gestão das empresas, a ética se dedica ao estudo dos códigos morais que orientam as decisões empresariais, assim como o modo em que elas afetam as pessoas e toda a comunidade envolvida, partindo de um conjunto socialmente aceito de direitos e obrigações individuais e coletivas. As empresas ditas como éticas são aquelas cuja conduta é valorizada pela sociedade e nas quais as políticas reconhecem-se sintonizadas com a moral vigente. (ALMEIDA, 2007).

Dentro desse contexto, a ética empresarial delimita a moral e a conduta dentro das empresas. Quando a organização adota esses princípios básicos, ela floresce o potencial para evoluir de maneira sustentável, sendo bem vista pelos clientes e concorrentes por sua responsabilidade social. No mundo corporativo, esse pilar passou a ser visto como meta a ser alcançada por tamanha importância para os resultados, sucesso financeiro, inovação e excelência.

Os seres humanos são seres sociais, que para se desenvolverem necessitam do convívio social. A interação social possibilita a troca de saberes e a descoberta de novos conhecimentos. Além do mais, é através dela que aprendemos a nos relacionar e a conviver com as diferenças, encontrando significados para dar continuidade ao nosso propósito de vida (FONSECA et al., 2016).

As organizações são formas materiais, de estrutura complexa, capazes de unir em um mesmo espaço pessoas com histórias de vida, padrões culturais e valores diversos. Com isso, as dificuldades em lidar com as diferenças individuais podem resultar em problemas de

relacionamento e de comunicação, que irão refletir no desempenho da organização (SILVA et al., 2008). Sabe-se o quanto é desafiador lidar diariamente com pessoas. Por isso, a capacidade de estabelecer bons relacionamentos interpessoais vem se tornando uma das competências mais exigidas e valorizadas dos profissionais da atualidade que são parte de uma equipe (SILVA et al., 2008).

Para Feitosa e Máximo (2012), os cinco pilares do relacionamento interpessoal saudável são: autoconhecimento, empatia, assertividade, ética e cordialidade. Os autores acrescentam, ainda, que a comunicação é um elemento fundamental nas relações de trabalho, uma vez que a palavra falada é um importante meio para a troca de informações. Além do mais, chamam a atenção para o fato de que a linguagem corporal também é uma forma de comunicação.

Mudanças contínuas e agilidade de adequação fazem parte dos cenários das instituições, que clamam por reajustes constantes em seus processos internos. Nesse cenário, a comunicação é uma importante ferramenta para a criação e manutenção da qualidade de vida e crescimento das organizações.

ETICIDADE, MORALIDADE E LEGALIDADE

Eticidade

Eticidade é um substantivo feminino que expressa a qualidade do que é ético e moral, caracterizando alguém que age dessa forma.

A ética pretende dar um fundamento às exigências morais (ética pura e normativa), estabelecendo por si mesma, as leis que terão de determinar a conduta moral da vida pessoal e coletiva. Neste sentido, o seu papel é muitas vezes demonstrar de que maneira é possível superar o relativismo ético.

EXEMPLO:

A falta de ética da pandemia do Coronavírus.

Sabidamente, as crises expõem fragilidades e exacerbam qualidades e defeitos. Por isso, se diz que a pandemia é um grande laboratório ético, moral, natural. A ética, assim como outras virtudes, generosidade e coragem, por exemplo, como dizia Aristóteles, é uma ciência da prática e nunca é teórica. Dizia que "os homens são bons de um modo apenas, porém são maus de muitas maneiras".

Princípios da Eticidade

A eticidade consiste em um dos princípios fundamentais do Código Civil de 2002. Este princípio tem como consequência necessária o princípio da boa-fé objetiva, e significa que os indivíduos devem agir em boa-fé nas relações de caráter civil.

Juntamente com os princípios de operabilidade e sociabilidade, o princípio da eticidade constitui um pilar importante do Código Civil Brasileiro, porque atribui valor à dignidade do ser humano. De acordo com esse princípio, um indivíduo deve ser íntegro, leal, honesto e justo. Isso significa que qualquer atitude que vá contra o princípio da eticidade deverá ser punida.

A eticidade, sendo uma das características do código civil, garante que ele tem "sustentação ética", porque reconhece e valoriza a probidade, a solidariedade social e outras qualidades do ser humano.

Moralidade

Para entender o que significado de moralidade, precisamos entender o termo que dá origem à palavra: moral. A palavra "moral" vem do latim *mos ou moris* – e significa *costumes*. Nós vivemos em uma sociedade e a sociedade tem normas estabelecidas do que é certo e do que é errado. Em um sentido mais simples, a noção de moralidade pode estar associada às noções de justiça, ação e dever: a moralidade não se relaciona àquilo que cada um quer para si e sim às formas de agir com o outro.

Ainda que "*moralidade*" se refira a um código moral concreto ("a moralidade de determinado país" ou "a moralidade de determinado período histórico", por exemplo, expressões pelas quais, determinamos o que é moral ou imoral) pode ser usado como sinônimo de "O moral". Quando se entende assim, significa que mesmo havendo códigos morais distintos entre si, há aspectos que nos possibilitam identificá-los como sendo "morais".

O que são valores morais?

Os valores morais são juízos construídos socialmente, fundamentados na ideia do bem, do que é certo ou errado. O conjunto desses juízos é chamado de moral - um conhecimento comum aos indivíduos de um determinado grupo, que orienta seus sentimentos e ações.

De modo geral, os valores morais representam o que uma sociedade compreende como sendo o correto em um determinado período histórico. Assim, esses valores servem

como uma bússola moral para a orientação das ações, o chamado senso moral - um sentido capaz de gerar sentimentos positivos (admiração, felicidade, orgulho) e negativos (culpa, vergonha, tristeza).

Os seres humanos são dotados de senso moral capaz de construir valores morais com base na experiência de uns indivíduos e universalizada, formando um saber comum. A transmissão desse conhecimento está relacionada ao processo de sociabilização. São regras (ditas ou não) que normatizam a convivência.

Os juízos morais

Entre esses aspectos está a capacidade de se formar juízos morais: quando dizemos que alguém está agindo de forma correta, estamos fazendo um juízo moral, independente do código moral no qual nos baseamos. Se em uma sociedade imaginária as mulheres fossem ensinadas a rasparem os cabelos, seria um juízo moral dizer que uma mulher de cabelos longos se comportaria de forma incorreta. O oposto também é válido: em uma sociedade em que as mulheres fossem recomendadas a nunca cortar os cabelos, ao dizer, que uma mulher com cabelos curtos se comporta de forma incorreta, fazemos um juízo moral.

O que há em comum entre esses dois juízos morais tão distintos? No aspecto formal ambos se referem a ações que supõem a liberdade do ser humano em escolher sua forma de agir no mundo e, portanto, está disposto a se responsabilizar por aquilo que faz e que entende qual é a responsabilidade que está envolvida em seu ato. No aspecto de conteúdo, o que traço em comum entre os juízos morais é que eles se referem aquilo que os seres humanos desejam ou necessitam. Nesse aspecto é preciso fazer, ainda, uma distinção: há aqueles que falam sobre o que é justo – e isso aporta um sentido de “exigência” e “prescrição” – e há aqueles que falam sobre o que é bom – estes se apresentam como conselhos a respeito das formas de agir.

A importância dos valores morais na construção de uma sociedade

Para que exista uma vida em comunidade, é normal que os indivíduos de um mesmo grupo compartilhem uma série de valores morais, assim, seus comportamentos e ações assumem uma certa familiaridade. Diferentes grupos sociais, em distintos momentos históricos, irão possuir códigos morais também distintos. Isso não impede que possuam alguns pontos comuns.

Desse modo, os valores morais estão diretamente relacionados com a ideia do dever, ou seja, de que modo os indivíduos devem agir e os comportamentos inaceitáveis que não devem praticar. Indivíduos que agem de forma contrária aos valores morais estabelecidos terão comportamentos imorais ou amorais e, dependendo do caso, podem sofrer algum tipo de sanção ou punição pelos comportamentos inadequados.

Assim, constrói-se uma moralidade e definem-se os princípios éticos fundamentais de uma sociedade. Essa ética possui influência sobre o surgimento de novos valores morais e novos comportamentos compreendidos como aceitáveis ou indesejados. As leis, por exemplo, surgem dos valores desenvolvidos dentro de uma sociedade. Em geral, elas consolidam formalmente o que os valores orientam, visando a resolução de possíveis conflitos e a manutenção de uma convivência harmônica entre os indivíduos e os valores morais.

Legalidade

Quando se fala em legalidade, a primeira coisa que precisamos ter em mente é a existência de um conjunto de normas que devem ser respeitadas. Em uma sociedade, as leis vão reprovar ou estimular determinadas condutas e serão aplicadas por uma autoridade competente. De acordo com a legalidade, a conduta de uma pessoa pode estar de acordo com as leis e ser considerada legal, ou estar em desacordo com as leis e ser considerada ilegal.

Assim, o princípio da legalidade garante que somente as leis podem criar obrigações às pessoas, ou seja, o Estado só pode exigir que você faça ou deixe de fazer algo se essa exigência estiver escrita em uma lei.

Princípio da Legalidade

O princípio da legalidade é previsto pela Constituição de 1988 e está descrito no inciso II do artigo 5º. Esse artigo da Constituição tem o objetivo de assegurar uma vida digna, livre e igualitária a todos os cidadãos do país.

O princípio da legalidade é uma das bases da nossa Constituição, pois protege o cidadão de ações abusivas do Estado. Isso porque, o princípio garante o respeito à lei: o cidadão é livre se agir conforme a legislação e o Estado pode apenas adotar condutas previstas em lei.

OBSERVAÇÕES:

Apesar de não ser um consenso entre os autores, em geral, faz-se uma distinção relacionando a ética aos princípios e a moral à prática. Por isso, a ética pode ser compreendida também como filosofia moral.

Assim, a moral é o conjunto de regras que se baseia em valores culturais e históricos de cada sociedade, por meio da prática ou de aspectos de condutas humanas específicas. Enquanto a ética é universal, a moral tende a ser particular, inscrita em uma cultura.

Ambos os conceitos não devem ser confundidos. A moral está balizada na subordinação aos costumes, regras e hábitos determinados por cada sociedade; a ética, por sua vez, busca fundamentar tais preceitos, que podem validar ou contestar os valores morais.

A ÉTICA**Ética da convicção e Ética da responsabilidade****Ética da convicção**

Chama-se ética da convicção as ações morais individuais, praticadas independentemente dos resultados a serem alcançados. Ou seja, é o "dever pelo dever", no dizer de Immanuel Kant. A Ética da responsabilidade, por sua vez, é a moral de grupo, muito diferente da individual, pois aquela se refere às decisões tomadas pelo governante para o bem-estar geral, embora muitas das vezes possam parecer erradas aos olhos da moral individual.

Ética da responsabilidade

Na ética da responsabilidade, o que valida um ato é o resultado, e não a intenção. Destarte, podemos afirmar que a ética da responsabilidade corresponde às decisões tomadas por aqueles que, investidos no poder, tudo fazem para manter a harmonia social.

A Teoria do Mínimo Ético, desenvolvida por diversos doutrinadores, teve por maior aperfieçoador e expositor o alemão Georg Jellinek, no final do século XIX e começo do seguinte, preceitua que o Direito seria apenas o mínimo de Moral exigido para que a sociedade não se dilacerasse.

Para esclarecer ainda mais o tema, valhamo-nos da lição do saudoso Miguel Reale, luminescência jurídica universal, que ao lado de Teixeira de Freitas, Clóvis Beviláqua e Pontes de Miranda, representa o que de melhor já produziu este país em matéria jurídica:

“A Teoria do Mínimo Ético consiste em dizer que o Direito representa apenas o mínimo de Moral declarado obrigatório para que a sociedade possa sobreviver. Como nem todos podem ou querem realizar de maneira espontânea as obrigações morais, é indispensável armar de força certos preceitos éticos, para que a sociedade não soçobre. A Moral, em regra, diz os adeptos dessa doutrina, é cumprida de maneira espontânea, mas como as violações são inevitáveis, é indispensável que se impeça, com mais vigor e rigor, a transgressão dos dispositivos que a sociedade considerar indispensável à paz social. Assim sendo, o Direito não é algo diverso da Moral, mas é uma parte desta, armada de garantias específicas.” (Miguel REALE, Lições Preliminares de Direito, p. 42)

OBSERVAÇÕES:

Ética da convicção se refere às ações morais individuais, praticadas independentemente dos resultados a serem alcançados. Ética da responsabilidade, é a moral de grupo, das decisões tomadas pelos governantes para o bem-estar geral, ainda que pareçam erradas aos olhos da moral individual.

ÉTICA DA VIRTUDE

Ao pensar em qualquer assunto, faz muita diferença começar por uma ou por outras questões. Na *Ética a Nicômaco*, de Aristóteles (cerca de 325 a.C.), as questões centrais dizem respeito ao caráter. Aristóteles começa por perguntar: “Em que consiste o bem para o homem?”. E a sua resposta é: “Uma atividade da alma em conformidade com a virtude”.

Para entender a ética, temos, portanto, que entender o que torna alguém uma pessoa virtuosa, e Aristóteles, com olhar aguçado para os pormenores, dedica muito tempo a discutir virtudes particulares como a coragem, o autodomínio, a generosidade e a veracidade. Apesar desta forma de pensar sobre a ética estar estreitamente identificada com Aristóteles, não foi exclusiva dele. Sócrates, Platão e muitos outros pensadores antigos abordaram a ética perguntando: “Que traços de caráter tornam alguém uma boa pessoa?”. Em resultado disto, “as virtudes” desempenharam um papel central nas suas discussões.

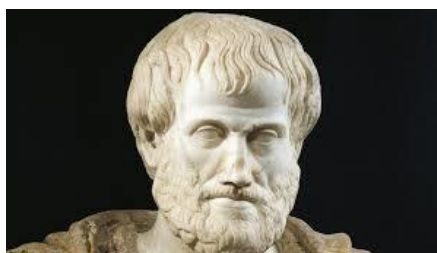


Figura 1: Imagem ilustrativa de Aristóteles.

Os Gregos haviam encarado a razão como fonte da sabedoria prática, a vida virtuosa era, para eles, inseparável da vida racional. No entanto, com o tempo, esta forma de pensar acabou por ser negligenciada. No Renascimento, a filosofia moral começou a ser secularizada, mas os filósofos não regressaram à forma grega de pensar. Conceberam a lei moral (que brota da razão humana) como um sistema de regras, que especificava quais ações são corretas.

O nosso dever, como pessoas morais, é seguir as suas diretivas. Assim, os filósofos morais modernos abordavam o seu tema fazendo uma pergunta fundamentalmente diferente da feita pelos Antigos. Em vez de perguntar: “Que traços de carácter tornam uma pessoa boa?”, começavam por perguntar: “Qual é a coisa certa a fazer?”. Isto os empurrou numa direção diferente. Os moralistas modernos acabaram por não desenvolver uma teoria da virtude, mas do bem e das obrigações morais.

O que é virtude?

Aristóteles afirmou que a virtude é um traço de carácter manifestado no agir habitual. O “habitual” é importante. A virtude da honestidade, por exemplo, não é possuída por alguém que diz a verdade apenas ocasionalmente ou quando isso lhe é vantajoso. A pessoa honesta é naturalmente verdadeira; as suas ações “brotam de um carácter firme e inabalável”.

Isto é um começo, mas não basta. Não distingue as virtudes dos vícios, pois os vícios são também traços de carácter manifestados nas ações habituais. Edmund L. Pincoffs, um filósofo que lecionou na Universidade do Texas, fez uma sugestão que resolve este problema. Pincoffs sugeriu que as virtudes e os vícios são qualidades a que nos referimos para decidir se alguém merece ser procurado ou evitado. “Nós preferimos alguns tipos de pessoas, outros evitá-los”, afirma. “As particularidades na nossa lista de virtudes e vícios podem servir como razões para preferir ou evitar pessoas”.

As virtudes são iguais para todos?

Podemos perguntar, por fim, se é desejável um único conjunto de características de carácter para todas as pessoas. Devemos falar da pessoa moralmente boa, como se todas as pessoas boas viessem de um só molde? Este pressuposto foi frequentemente contestado.

Friedrich Nietzsche, por exemplo, não pensava que existia apenas um tipo de bondade humana. No seu estilo extravagante, Nietzsche afirma:

Consideremos, por fim, que a ingenuidade é ainda afirmar: “O homem deve ser assim e assado!” A realidade exhibe uma riqueza surpreendente de tipos, a exuberância de um

pródigo jogo e mudança de formas; e qualquer moralista insignificante se atreve a dizer: “Não, o homem deve ser de outro modo”. Sabe muito bem como deve ser, este biltre é hipócrita; pinta-se a si na parede e diz: “Ecce homo!”

Aqui há algo obviamente pertinente. O acadêmico que dedica a sua vida a compreender a literatura medieval e o soldado profissional são tipos muito diferentes de pessoas. Uma mulher vitoriana que nunca mostrava um joelho em público e uma mulher moderna, em uma praia, têm padrões muito diferentes de recato.

Há, pois, um sentido óbvio no seio, do qual, se pode pensar que as virtudes diferem de pessoa para pessoa. Uma vez que as pessoas têm tipos de vidas diferentes, personalidades de gêneros diferentes e ocupam papéis sociais diferentes, as qualidades de caráter que manifestam podem diferir. É tentador ir ainda mais longe e afirmar que as virtudes diferem de sociedade para sociedade. Afinal de contas, o tipo de vida que é possível para um indivíduo dependerá da sociedade na qual vive. A vida de um acadêmico só é possível numa sociedade que tem instituições, como as universidades, que definem e tornam possível a vida de um acadêmico. O mesmo poderia dizer-se de um jogador de futebol, um padre, uma gueixa ou um guerreiro samurai.

A sociedade fornece sistemas de valores, instituições e modos de vida no seio, dos quais se moldam as vidas dos indivíduos. As características de caráter necessárias para desempenhar estes papéis diferem, e por isso os traços necessários para viver de forma bem sucedida diferem também. Assim, as virtudes serão diferentes. Tendo tudo isto em conta, por que não afirmamos simplesmente que a consideração de determinadas qualidades como virtudes, depende das formas de vida criadas e mantidas por determinadas sociedades? Isto poderá contrapor-se a ideia de que as virtudes são necessárias a todas as pessoas em todas as épocas. Esta era a concepção de Aristóteles, e provavelmente tinha razão.

Aristóteles pensava que, apesar das diferenças, todos nós temos muito em comum. “Podemos observar”, afirmava, “quando viajamos para países distantes, os sentimentos de identificação e filiação que ligam cada ser humano a todos os outros seres humanos”. Mesmo nas sociedades mais díspares as pessoas enfrentam os mesmos problemas fundamentais e têm as mesmas necessidades básicas.

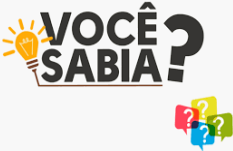
Assim:

- ✓ Todos necessitam de coragem, porque ninguém (nem mesmo o acadêmico) está tão seguro que possa evitar a ocorrência eventual de perigos;

- ✓ Em todas as sociedades a bens para gerir e decisões para tomar sobre o que corresponde a quem, e em todas as sociedades há pessoas em piores condições que outras; por isso, a generosidade é sempre um bem precioso;
- ✓ Falar com honestidade é sempre uma virtude, porque nenhuma sociedade pode existir sem comunicação entre os seus membros;
- ✓ Todos precisam de amigos, e para ter amigos temos que saber ser amigos; por isso, todos precisamos de lealdade.

Este tipo de lista poderia prosseguir (e nas mãos de Aristóteles prossegue), indefinidamente.

Em resumo, pode muito bem ser verdade que em diferentes sociedades, as virtudes recebem interpretações e diferentes tipos de ações, sejam elas contempladas para satisfazê-las; e pode ser verdade que algumas pessoas, por viverem determinados tipos de vidas em determinados tipos de circunstâncias, necessitem de virtudes mais do que outras. Mas não pode ser correto dizer simplesmente que a determinação de um traço particular de caráter como virtude, nunca é mais do que uma questão de convenção social. As virtudes essenciais não são prescritas por convenção social, mas por fatos fundamentais sobre a nossa condição humana comum.

	VOCÊ SABIA? <i>Ética das virtudes</i> A Ética das virtudes é a ética aristotélica, cujo princípio máximo é o da eudaimonia. Basicamente, a ética aristotélica, leia-se ética das virtudes, possui como seu principal objeto de estudo delimitar o que é "bem" e qual o seu significado. Para Aristóteles em sua ética da virtude, somente aquele ser humano que venha a conhecer o bem, é o que será capaz de vivenciar a sua felicidade, pois para ele não se resume a uma emoção passageira, mas em toda uma trajetória de vida.
---	--

Ética em vendas

A ética em vendas pode ser entendida como os padrões utilizados para avaliar se o comportamento do profissional de vendas é certo ou errado, bom ou mau, justo ou injusto. Muitas são as situações recorrentes na arena comercial que levam o vendedor consciente a um dilema moral. Alguns exemplos:

Propina

É a oferta de algo de valor ao comprador com objetivo de influenciar seu julgamento ou sua conduta. Ao utilizar este expediente uma vez como forma de acessar um novo cliente, incorre-se no risco – quase uma certeza – de que o procedimento se repetirá em todos os próximos pedidos. A propina passa a integrar o preço, podendo comprometer a margem líquida da empresa e até mesmo sua própria comissão.

Conluio

Trata-se de acordo, aliança ou combinação com o intuito de prejudicar outrem. O objetivo pode ser evitar a entrada de um novo fornecedor, por exemplo, buscando desqualificá-lo por questões de preço, prazo ou qualidade, garantindo assim a manutenção de uma política que perpetue o pedido ao vendedor e a propina ao comprador.

Espionagem

Foi-se o tempo em que espões camuflavam-se dentro das empresas, arrombavam portas ou furtavam fórmulas secretas. A contraespionagem virou uma indústria dos serviços, além de funcionar como uma das estratégias possíveis na política de BI, ou business intelligence, de algumas organizações. Os segredos corporativos estão por toda parte: nas lixeiras dos escritórios (daí a invenção das fragmentadoras de papel), nos relatórios postados sobre a mesa dos executivos e especialmente nos computadores. Acessar listas de preços, políticas de desconto, mailing de clientes e planos estratégicos, está a um clique do mouse. Por isso, a segurança de informações tornou-se vital para as corporações.

Conflito de interesses

Essa situação fica caracterizada quando uma negociação é conduzida de forma a beneficiar o vendedor, mas não a empresa em que trabalha. A meta de vendas é atingida, a comissão é garantida, mas a rentabilidade do negócio fica comprometida.

Indução ao erro

Aqui presenciamos o profissional que oferece ao seu cliente o que lhe convém vender, independentemente de atender às necessidades e expectativas. Isso acontece em dois extremos. Se a disponibilidade financeira do comprador é limitada, o produto ou serviço ofertado é reduzido ao limite, muitas vezes sem atender à demanda. Em contrapartida, quando não a restrições orçamentárias, o vendedor impõe algo muito superior ao desejável,

incluindo recursos ou opcionais que jamais serão utilizados, mas que oneram o valor da negociação.

Diante de todas possibilidades, resta ao vendedor uma certeza, evitar um conflito ético e pessoal está relacionado aos seus valores e também aos valores da organização na qual trabalha. Uma negociação conduzida de maneira lícita, íntegra e honrada, satisfaz o cliente garantindo uma repetição de compra ou, no mínimo, boas referências sobre sua conduta profissional e sobre os procedimentos de sua empresa.

Valores são os princípios que guiam o processo decisório e que balizam seu comportamento no cumprimento de sua missão, sua razão de existir são seus valores que lhe indicarão quando usar um dos artifícios apresentados acima – ou como buscar alternativas capazes de manter você no jogo das vendas.

Ética na relação empresa–consumidor

A ética no atendimento ao cliente é o conjunto de condutas, práticas e valores estabelecidos pela empresa no contato com o consumidor e com o ambiente interno.

Falamos normalmente sobre ética profissional de forma a englobar este conjunto de ações do cotidiano de todos os setores, mas é extremamente indicado que o setor de atendimento receba uma atenção especial.

Afinal, é a área responsável pelo meio de campo entre a empresa e o cliente. Isso quer dizer que a forma com a qual este setor se comporta afeta os dois lados do relacionamento empresarial. Além de ser a fachada da sua empresa e por mais complexo que seja o processo interno, qualquer indício de desrespeito à ética profissional será a imagem que o cliente irá transferir para a sua empresa como um todo.

Ética na prática

Quando falamos de ética tratamos como um fator intrínseco a conduta empresarial, ou seja, espera-se alguém que ofereça produtos, serviços e aja de forma honesta e transparente. Mas, como você já deve imaginar, isso nem sempre ocorre de fato.

Para proteger o cliente de práticas irregulares, foi criado o código de defesa do consumidor e alguns órgãos reguladores, que garantem os direitos e deveres de ambas as partes. Mas a nossa intenção como profissional, é que o cliente não precise entrar com uma ação para ter uma boa experiência, não é mesmo?

É exatamente aí que entra o código de ética no atendimento ao cliente.

Código de ética no atendimento ao cliente

Existem condutas “profissionais”, que não são aceitas em nenhum local e, normalmente, são garantidas pelo código de defesa do consumidor. Mas as empresas podem estabelecer um código de ética interno, com condutas, práticas, valores e, claro, punições para o descumprimento dos mesmos.

Estabelecer essas questões é indispensável, afinal, o conceito de ética é muito abrangente, no qual pode variar um pouco conforme a cultura e os costumes do local. E, claro, formação e influências do colaborador.

É responsabilidade da empresa, portanto, especificar exatamente o que fere ou não a ética no atendimento ao cliente. E uma ressalva muito importante: o código não precisa apenas existir, ele deve ser de conhecimento de todos os colaboradores.

Isso deve ser feito de maneira clara e com a garantia de que todos estão cientes de cada tópico. Uma prática bastante usada é fornecer o documento impresso e pedir que o funcionário dê ciência sobre o código de ética no atendimento ao cliente.

Desta forma, a empresa consegue se proteger de possíveis contratempos e, caso haja algum tipo de punição, a um respaldo documentado.

Importância da ética no atendimento ao cliente

Acreditamos que você tenha notado o quanto a ética é fundamental no atendimento ao cliente.

Vamos citar alguns benefícios de normatizar esta conduta dentro da sua empresa:

- ✓ Transparecer profissionalismo;
- ✓ Aumentar a confiança do consumidor em relação ao produto ou serviço;
- ✓ Evitar reclamações, multas ou penalidades dos órgãos reguladores;
- ✓ Garantir a satisfação do cliente;
- ✓ Diminuir as taxas de churn (indica o quanto sua empresa perdeu de receita ou clientes);
- ✓ Aumentar as chances de fidelização e propagação de boas experiências.

Condutas indicadas para garantir a ética no atendimento ao cliente

- ✓ Estabeleça uma cultura de transparência. Desde o setor financeiro, até resoluções de conflitos;

- ✓ Estimule a honestidade através do exemplo. É importante que o atendente se sinta livre para admitir falhas ou inadequações, tanto em relação aos clientes, quanto frente a empresa e superiores;
- ✓ Realize o monitoramento através de avaliações, auditorias e indicadores de satisfação. É importante saber como o atendente é visto pelos consumidores, para saber se o código de ética no atendimento ao cliente está sendo seguido;
- ✓ Faça a gestão de atendimento ao cliente;
- ✓ Deixe claro, qualquer conduta que não corresponda a esperada, estará sujeita a punições, advertências ou até mesmo demissão por justa causa.

Despreparo dos colaboradores

A falta de ética pode ser um reflexo direto do despreparo dos seus colaboradores. Uma das reclamações mais recorrentes em SACs e sites de reclamação, referem-se a promessas não cumpridas.

Seja a oferta de um serviço que não esteja mais disponível ou garantir prazos e níveis de qualidade que a empresa não pode cumprir. Esta é uma prática muito comum em empresas de telecomunicações, principalmente quando o cliente tem dificuldade em medir a qualidade do serviço, como a velocidade da internet, por exemplo.

Hoje existem órgãos reguladores, além do código de defesa do consumidor, rigorosos em relação a estas práticas. Isso quer dizer que, além de prejudicar a imagem da marca, faltar com ética no atendimento ao cliente também pode afetar financeiramente a sua empresa.

OBSERVAÇÕES:

Estabelecer uma conduta ética no atendimento ao cliente é indispensável. Afinal, o atendimento fora dos padrões pode comprometer a imagem e o bolso da sua empresa.

A empresa ética

A ética empresarial determina a moral e a conduta dentro das empresas. Quando uma organização entra no mercado, independentemente do porte dela, ela deve seguir alguns conceitos relacionados à ética empresarial. Antigamente, este termo era algo incomum. A atividade empresarial estava associada à eficácia dos processos e aos resultados financeiros que eles poderiam trazer.

A postura ética adotada por empresários e profissionais que trabalhavam para as organizações era algo implícito, que estava vinculado à formação de cada um.

A ética empresarial está relacionada aos valores morais e éticos de uma empresa dentro do seu ramo de atuação, assim como diante de seus clientes e concorrentes. Os valores dela são os mesmos que regem a ética como um todo e a conduta dos relacionamentos no meio social.

O impacto da ética em uma empresa

Quando uma organização adota e aplica a ética em seus princípios básicos, ela desenvolve potencial para crescer de maneira sustentável. Ela é vista pelos clientes como uma empresa séria e que tem responsabilidade.

As organizações que desrespeitam seus consumidores, fazem propagandas enganosas ou ofertas falsas principalmente, com o intuito de ganhar dinheiro mais rapidamente, são condenadas ao fracasso. O sucesso dessas organizações costuma ser passageiro e, da mesma forma que ela cresceu, ela encolhe até desaparecer. Dentro da organização, a ética empresarial fomenta boas relações, tanto entre os próprios colaboradores quanto em relação aos clientes. O relacionamento entre todos, passa a ser mais claro, tornando-se agradável para todos os níveis.

Atualmente, no mundo corporativo, a ética empresarial passou a ser vista como meta essencial a ser alcançada. O cultivo dela dentro das organizações passou a ser tratado com tanta importância quanto os resultados, sucesso financeiro, inovação e excelência. Para que a seriedade dos propósitos e a transparência na administração das empresas ficassem em evidência, gestores e colaboradores passaram a identificar os valores e a missão das empresas para as quais atuam. É por meio desse mecanismo que a ética de cada organização passou a ser vista de forma mais clara.

Problemas relacionados com as atitudes das empresas, foram vistos pela população de modo geral como ilegais. Montadoras de carros que adulteram o modelo de testes para melhorar sua performance, por exemplo, fizeram o mercado refletir diante de uma profunda transformação que era necessária: a da cultura das empresas.

A cultura de cada empresa passou a focar no comportamento ético para afastar a desconfiança e a descrença em relação aos escândalos que afetaram a imagem de uma série de empresas que tiveram problemas.

Líderes e liderados diante da ética empresarial

A ética empresarial também deve fazer parte das rotinas de líderes e liderados. O bom líder sabe lidar com todas as situações de uma maneira coerente. Sempre agindo com responsabilidade e seguindo as normas da empresa.

Para que todos os colaboradores possam agir em conformidade com o código de ética da empresa, esta necessita criar e divulgar as regras. Elas devem promover o desenvolvimento interno em relação ao meio social, aos clientes e o relacionamento entre líderes e liderados.

OBSERVAÇÕES:

Quando se cria um código de ética empresarial, todos os colaboradores, sem exceção, devem conhecer o conteúdo, valor e os significados presentes no documento.



SE LIGA NA CHARADA!

PERGUNTA:

Qual a diferença entre a galinha e o vestido?

RESPOSTA:

A galinha bota, enquanto o vestido desbota.

PENSADORES E A ÉTICA

Desde a antiguidade, os filósofos, estudiosos e pensadores tentam compreender e analisar os princípios e os valores de uma sociedade e como eles ocorrem na prática. Podemos citar vários pensadores que em distintas épocas, refletiram sobre a ética. Os pré-socráticos, os sofistas, Platão, Sócrates, os Estóicos, os pensadores Cristãos, Spinoza, Nietzsche, dentre outros dedicaram-se vivamente ao tema.

Destes pensadores, destacamos Aristóteles, Maquiavel e Kant, por cada um representar um momento de virada em relação à produção do tema.

Aristóteles

Com a passagem da filosofia naturalista do período pré-socrático para a filosofia antropológica marcada por Sócrates, o conhecimento volta-se para a compreensão das relações humanas. Assim, Aristóteles (384 a.C. - 322 a.C.) traz avanços para o

desenvolvimento da ética como uma área própria do conhecimento. O filósofo buscou investigar sobre os princípios que orientam as ações e o que seria uma vida virtuosa.



Figura 2: Imagem ilustrativa de Aristóteles.

Em sua obra *Ética a Nicômaco*, Aristóteles escreve sobre sua compreensão acerca da virtude e da finalidade da vida, a felicidade. Aristóteles compreende que a ética pode ser ensinada e exercitada e dela depende a construção de um caminho que conduza ao bem maior, identificado como a felicidade.

Para isso, as ações devem estar fundamentadas na maior das virtudes e base para todas as outras, a prudência.

Maquiavel

Nicolau Maquiavel (1469-1527), em sua obra *O Príncipe*, foi responsável pela dissociação da ética dos indivíduos da ética do Estado. Para Maquiavel, o estado é organizado e opera a partir de uma lógica própria. Assim, o autor cria uma distinção entre a virtude moral e a virtude política.



Figura 3: imagem ilustrativa de Nicolau Maquiavel.

Esse pensamento representou uma mudança bastante relevante em relação à tradição da Idade Média, fortemente baseada na moral cristã, associando o governo a uma determinação divina.

Kant

Immanuel Kant buscou elaborar um modelo ético, em que a razão é o fundamento primordial. Com isso, o autor contrariou a tradição que compreendia a religião e a figura de Deus, como o princípio supremo da moralidade. Kant, em seu livro *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*, afirma que os exemplos servem apenas como estímulo, assim, não se pode criar modelos éticos fundamentados na classificação de alguns comportamentos desejados ou que devem ser evitados.



Figura 4: Imagem ilustrativa de Immanuel Kant.

Para o filósofo, a razão é responsável por governar à vontade e orientar as ações, sem ferir a ideia de liberdade e autonomia, própria dos seres humanos. Kant encontra na autonomia e na razão, a fonte do dever e um princípio ético fundamental, capaz de compreender e formular regras para si mesmo.

O imperativo categórico proposto por Kant é a síntese da operação racional capaz de guiar as ações humanas através da ordem (imperativo):

“Age de tal maneira que a máxima de sua ação possa ser tomada como máxima universal!”



PAUSA PARA REFLETIR...

A vida feliz consiste na tranquilidade da mente.

Cícero.

BIOÉTICA

A bioética é um campo de estudo, onde são abordadas questões de dimensões morais e éticas, no qual relacionam pesquisas, decisões, condutas e procedimentos das áreas da biologia e da medicina ao direito à vida. O conceito de bioética é interdisciplinar e contempla áreas como biologia, direito, filosofia, ciências exatas, ciência política, medicina, meio ambiente, etc.

No Brasil, uma das principais responsáveis pela expansão desse conceito é a Sociedade Brasileira de Bioética (SBB), fundada em 1995. Segundo o Jornal do Cremesp publicado em abril do mesmo ano, o encontro que posteriormente culminou na criação da SBB teve como objetivo:

“Estimular na Sociedade discussões sobre temas polêmicos como aborto, eutanásia, reprodução assistida e engenharia genética e outros problemas ligados à vida, à morte e à existência humana, mas sempre visando o debate quanto aos aspectos éticos.”

Os princípios da bioética

Na definição de bioética predominam duas questões: conhecimentos biológicos e valores humanos.

Ela subdivide-se em princípios básicos, que buscam solucionar problemas éticos originados ao longo do desenvolvimento de procedimentos com seres vivos de todas as espécies. No que diz respeito à ética médica, Hipócrates é um nome que se destaca. Considerado o “pai da medicina”, o médico grego costumava aliar medicina e filosofia.

O foco de sua relação com o paciente era o bem, e sua abordagem era orientada principalmente por quatro princípios:

- 1) Princípio da não maleficência.**
- 2) Princípio da beneficência.
- 3) Princípio da autonomia.
- 4) Princípio da justiça.**

Princípio da não maleficência

O princípio da não maleficência se baseia na ideia de que nenhum mal deve ser feito ao outro. Assim, não é permitida nenhuma ação que consista em malefício intencional a cobaias ou a pacientes.

O princípio é representado pela frase em latim: *primum non nocere* (primeiro, não prejudicar). Tem como objetivo evitar que um tratamento ou pesquisa cause mais danos do que os possíveis benefícios.

Alguns estudiosos defendem que o princípio da maleficência é, na verdade, parte do princípio da beneficência, pois o ato de não causar mal ao outro já é, por si só, uma prática do bem.

Exemplo de bioética na aplicação do princípio da não maleficência: Em uma pesquisa para o desenvolvimento de uma vacina, é chegada a fase de testes em humanos. Os testes demonstraram que, em 70% dos casos, os pacientes que receberam a vacina foram curados, mas 30% morreram em consequência de efeitos colaterais.

Os estudos serão interrompidos e a vacina não poderá ser produzida, apesar de um índice alto de cura, pois causar morte de pessoas é causar o mal e fere o princípio da não maleficência.

Princípio da beneficência

Esse princípio consiste na prática do bem; na virtude de beneficiar o próximo.

Assim, os profissionais que atuam nas áreas de pesquisas e experimentos devem assegurar a precisão da informação técnica que possuem, e estar convictos de que seus atos e decisões têm efeitos positivos.

Dessa forma, espera-se que qualquer ato tenha como objetivo fundamental o bem, nunca o mal.

Exemplo de bioética na aplicação do princípio da beneficência: uma médica está socorrendo um paciente que está correndo risco de morte. Esse paciente é um conhecido assassino.

O objetivo dessa médica sempre será salvar a vida de seu paciente e mobilizar todas as alternativas para que isso aconteça. Segundo o princípio da beneficência, deve-se apenas ter em vista o bem. O descaso ou a omissão (ainda que pudesse ser justificado) consistiria em um mal e feriria o princípio da bioética.

Princípio da autonomia

A ideia central desse princípio, é de que todos têm capacidade e liberdade de tomar suas próprias decisões. Assim, qualquer tipo de procedimento a ser realizado no corpo de um indivíduo e/ou que tenha relação com a sua vida, deve ser autorizado por ele.

No caso de crianças e de pessoas deficientes, o princípio de autonomia deve ser praticado pela respectiva família ou pelo responsável legal.

É importante que esse princípio não seja praticado em detrimento do princípio da beneficência; por vezes, ele precisa ser desrespeitado para que a decisão de uma pessoa não cause danos a outra.

O princípio da autonomia é amparado pelo direito, ao abrigo do Código de Ética Médica Brasileiro (Capítulo V, Artigo 31).

Tal artigo destaca o direito do paciente de ter a sua autonomia respeitada, no seguinte trecho onde é indicado que o médico é proibido de:

“Desrespeitar o direito do paciente ou do seu representante legal, de decidir livremente sobre a execução de práticas diagnósticas ou terapêuticas, salvo em caso de iminente risco de morte”

Exemplo de bioética na aplicação do princípio da autonomia: quando um paciente é diagnosticado com uma doença terminal, já não existem tratamentos que possam curá-lo. Geralmente, o que se faz nesses casos é dar a esse paciente os cuidados paliativos, de forma que ele se sinta aliviado dos sintomas do mal que o acomete.

No entanto, cabe ao paciente decidir se deseja ou não avançar com esses cuidados paliativos, visto que eles não tornam possível a cura; apenas amenizam (por vezes) os malefícios da doença. Cabe ao profissional médico respeitar a decisão do paciente, caso ele não queira receber tais cuidados.

Princípio da justiça

No domínio da bioética, esse princípio se baseia na justiça distributiva e na equidade.

Ele defende que a distribuição dos serviços de saúde deve ser feita de forma justa e que deve haver igualdade de tratamento para todos os indivíduos. Tal igualdade não consiste em dar o mesmo para todos, mas sim em dar o que cada pessoa precisa.

Exemplo de bioética na aplicação do princípio da justiça: um caso real que exemplifica o princípio da justiça, aconteceu em Oregon, nos Estados Unidos.

Com o objetivo de proporcionar um atendimento básico de saúde a um maior número de pessoas, o governo local reduziu os atendimentos de saúde que imputavam custos altos.

Dessa forma, foi possível realizar uma distribuição mais alargada dos recursos disponíveis, para ajudar a solucionar os problemas de uma parcela maior da população.

Para que serve a bioética?

A aplicação do conceito de bioética tem como objetivo garantir que haja uma responsabilidade moral nos procedimentos, pesquisas, atos médicos e biológicos. A bioética busca garantir que os valores morais humanos não se percam, independentemente do desenvolvimento histórico e social da humanidade, durante as tentativas de solução de conflitos ou dilemas éticos.

Com base nos seus quatro princípios, ela preza os comportamentos adequados a cada situação específica.

Alguns dos assuntos que mais requerem a intervenção da bioética são:

- ✓ Aborto;
- ✓ Clonagem;
- ✓ Engenharia genética;
- ✓ Eutanásia;
- ✓ Fertilização in vitro;
- ✓ Uso de células-tronco;
- ✓ Uso de animais em experimentos;
- ✓ Suicídio.

OBSERVAÇÕES:

É de se referir que a aplicação dos princípios da bioética relativamente aos casos acima pode variar consoante o país onde é praticada. O que, por vezes, é permitido em determinados países, pode ser classificado como crime em outros. O aborto e a eutanásia exemplificam essa situação.

RELACIONAMENTO INTERPESSOAL

Relações Humanas é o estabelecimento de qualquer contato entre os seres humanos. As Relações Humanas têm sido estudadas como uma ciência – ciência do comportamento humano, no seu relacionamento intra e interpessoal.

OBSERVAÇÕES:

- **Relacionamento intrapessoal** ocorre quando você estabelece um diálogo consigo mesmo ou uma comunicação interior (Exemplo: Será que agi bem? Vamos lá, coragem!).

- **Relacionamento interpessoal** ocorre quando se estabelece um relacionamento entre duas ou mais pessoas.

Sabemos que o objetivo é aquilo que se quer alcançar. Quando se determina o objetivo, planeja-se o que deve ser feito para consegui-lo. O objetivo das Relações Humanas é melhorar o convívio das pessoas, possibilitando um relacionamento harmonioso entre elas. Para que isso ocorra, é necessário o autoconhecimento (relação intrapessoal), o conhecimento do “outro” (relação interpessoal) e o desenvolvimento de aptidões para saber conviver socialmente, trabalhar em equipe e participar de grupos sociais.

Grupo Social

Um grupo social é a reunião de duas ou mais pessoas que trocam ideias, sentimentos ou ações, tendo os objetivos comuns. Para haver um grupo social, é necessário que haja interação. Interação = (ação entre).

É sempre bom lembrar, que falar do ser humano, é algo complexo e subjetivo, porque as pessoas são essencialmente diferentes. Estas diferenças, são resultantes de uma rede enorme e intrincada de situações que se desenvolvem ao longo de nosso crescimento, influenciada pela escola, amigos, famílias de amigos, vizinhos, clubes, além de exemplos fornecidos pelos pais e outras pessoas que servem de referência para cada um de nós. A mistura destes aspectos com elementos genéticos e hereditários são responsáveis pela definição de como as pessoas serão. Daí a grande importância de buscarmos nosso autoconhecimento e procurarmos conhecer o ser humano.

Para começar, este é um tema delicado que exige de cada um de nós, antes de tudo, muito respeito com as pessoas. Sem respeito pelo nosso semelhante, um bom relacionamento interpessoal não será possível. Por exemplo, é preciso ter em mente de que não somos câmeras nem gravadores que filmam, fotografam e gravam uma determinada situação, tal qual, se apresenta em um determinado e exato momento quando fotografada ou filmada. Por sermos seres humanos diferentes uns dos outros, costumamos ver as pessoas e as situações que vivemos da forma como fazem sentido para nós, de acordo com os nossos vícios e o hábito que temos de ver as pessoas e o mundo, e não necessariamente da forma como a realidade se apresenta.

Não fotografamos com nossos olhos exatamente o que vemos. Constantemente respondemos a impulsos e sugestões que possuem algum significado. Vemos o que

queremos ver ou o que necessitamos ver. Não vemos as pessoas tal como elas são, mas sim as percebemos de acordo com o que elas significam para cada um de nós.

Analisemos nossa interpretação do mundo em que vivemos, e particularmente tudo e todas as pessoas com as quais nos relacionamos. Inicialmente, organizamos o mundo segundo conceitos e/ou categorias. Dizemos que existem coisas quentes e frias, boas e ruins, sensíveis ou complexas. Cada um destes conceitos pode ser considerado de acordo com a dimensão através da qual podemos oferecer nossa contribuição com o mundo. Algumas parecidas, outras diferentes.

A questão da comunicação entre as pessoas, é hoje um aspecto que ganha destaque por sua relevância na qualidade de vida. Não raras vezes, assistimos assustados episódios nos telejornais, expondo situações corriqueiras, próprias do cotidiano, que terminam em ações violentas, chegando, por vezes, às últimas consequências. Do mesmo modo, assistimos conflitos que envolvem até os órgãos responsáveis, eles próprios, pela segurança.

Tudo isso vai delineando um formato social preocupante, o imediatismo, a intolerância com a dificuldade, seja em que grau for, vão assumindo a tonalidade predominante nas relações pessoais.

Isso nos remete a perguntas essenciais: O que houve com a dádiva da fala? Em que momento deixamos de utilizar recursos, que nos são próprios, para nos comportarmos de modo irracional? Quando foi que a velha e boa conversa saiu da pauta do nosso dia a dia, deixando um espaço sem regras dentro da dinâmica social?

Apontar o dedo para a sociedade, tratando-a como “sórdida, falida, hipócrita”; classificando-a severamente como a vilã da história, de nada nos ajudará, uma vez que, a sociedade é a reunião de pessoas, portanto, nos inclui definitivamente, tornando-nos elementos integrantes e participativos dentro dela, seja de modo pró ativo ou não. A sociedade, portanto, não é uma “entidade”, um “ser”, mas é a reunião das pessoas, e estas, sim, é que determinam as características que a sociedade terá.

Se desejarmos uma sociedade diferente, teremos que mudar as pessoas; a maneira de pensar e sentir, para que se possa alterar a conduta, já que são essas maneiras de ser, que determinam o comportamento do ser humano.

Sem dúvida, a linguagem é a principal forma de comunicação e transmissão do conhecimento, ideias, crenças e até emoções. Sua expressão no processo do relacionamento social é determinante.

O convívio coletivo garante a saúde do grupo e enriquece, sobremaneira, o indivíduo que se dispõe a dedicar-se à arte da conversa. Seja ela técnica, acadêmica, social, não importa, é a conversa que cria o elo que ativa a “liga” da sociedade.

Quando falamos em comunicação interpessoal, podemos pensar em pontes. Criar pontes entre os corações me parece uma maneira simples de compreender a questão. Quanto mais pontes criamos, mais opções teremos por onde transitar. Lembrando sempre, que cada qual, passeia pelas pontes sem aprisionar ninguém em seu “território” e nem abandonar o seu em detrimento do outro. Este ir e vir entre o coração das pessoas, é a base do movimento social autêntico. Quando as pessoas convivem dentro deste trânsito parece haver naturalmente harmonia e entendimento. A conversa é o meio pelo qual dispomos para nos fazer entender. Possui regras que asseguram um bom desempenho, de modo a facilitar as relações interpessoais.

O primeiro passo para interferirmos na sociedade e instaurar, em definitivo, a harmonia nas relações, é investirmos na comunicação, praticar a arte do diálogo e recuperar a dignidade de nossa espécie, que é a única, entre os animais, apta a compreender e ser compreendida.

Ainda é preciso considerar o poder que as palavras exercem sobre nós. Quando ouvimos um elogio, há um bem estar que nos invade e acaba por influenciar nossas ações. Da mesma maneira, quando ouvimos uma ofensa, reagimos de acordo com ela, e passamos a nos comportar também de acordo. Esse simples exemplo evidencia a importância que as palavras têm no convívio social.

Talvez a informalidade como se apresenta hoje, onde todos falam tudo para todos, tenha alguma responsabilidade na questão da disseminação da violência na sociedade, em todas as instâncias. Acho pertinente que se reflita sobre esta questão.

Não se pode negar que a palavra exerce poder sobre nós. Bom lembrarmos que, além da palavra em si, a forma como ela é pronunciada, a tonalidade que se usa para proferi-la traz reações também próprias, que se manifestam no comportamento. Portanto, a gentileza, docilidade, aspereza, impaciência, enfim, a forma como se fala algo a alguém, traz sempre resultados compatíveis à sua natureza.

Ao construirmos pontes entre os corações das pessoas, há ainda um aspecto importantíssimo. Quando falamos com alguém, devemos fazê-lo olhando nos olhos de nosso interlocutor, de tal modo, que ele possa ver as reações de nosso olhar. Diz um dito: “o que a boca fala, os olhos tem que endossar”. Isso é imprescindível, a comunicação interpessoal,

embora se apoie na linguagem, conta com todos esses elementos constitutivos, que complementam as informações e facilitam que ocorra o entendimento.

Há todo um universo de comunicação entre as pessoas para ser explorado. E quanto mais nos dedicarmos a ele, melhor será a relação entre as pessoas que, na atual conjuntura, parece estar frágil e debilitada, esperando a interferência de todos nós.

Conhecer a si mesmo: Eu x Outro

Quem sou eu? Perturbadora para muitos, esta pergunta nos remete a essência do nosso ser. Respondendo ao questionamento, você poderá conhecer os seus potenciais e áreas a serem melhoradas, e, até mesmo, irá aumentar a qualidade de vida.

Cada um de nós, traz um conjunto único de características: a nossa forma de pensar, sentir e de agir. E precisamos conhecer isto muito bem, na busca de nossas metas, na busca de fazer a diferença. Para você se conhecer, avalie como observador imparcial os diversos papéis que exerce: pai ou mãe, filho, irmão, tio, amigo, chefe, aluno, professor, esportista, músico, etc. Por que você exerce esses papéis, o que levou a cada um deles? Considere o que você realmente gosta de fazer e aquilo que faz por obrigação, por “usos e costumes” ou por “sugestão/imposição de outros”. Mais uma “dica” para quem quer fazer a diferença: Nós estamos sempre descobrindo dimensões novas do nosso ser.

Não acredite muito quando alguém lhe disser que você não tem potencial para determinada função. Na realidade, os nossos potenciais são probabilidades de no futuro, colocarmos em ação tudo o que está dentro de nós. E esta é uma imensa e inexplorada área. Portanto, confie em sua intuição e... Vá em frente!

Os dez Mandamentos das Relações Humanas

- 1) FALE com as pessoas. Nada tão agradável e animador quanto uma palavra de saudação, de amor, de amizade...
- 2) SORRIA para as pessoas. Lembre-se de que acionamos 72 músculos para franzir a testa e somente 14 para sorrir.
- 3) CHAME as pessoas pelo nome. Para muitos, ouvir seu próprio nome soa como uma música suave.
- 4) SEJA amigo e prestativo. Se você quiser ter amigos, seja amigo. Acredite na forma da união.
- 5) SEJA cordial, sincero e transparente. Tudo o que você fizer, faça com prazer.

- 6) INTERESSE-SE sinceramente pelos outros. Lembre-se, de que você tem conhecimento apenas de seus saberes e não dos outros. Seja sinceramente interessado pelos outros, aprenda!
- 7) SEJA generoso em elogiar e cauteloso em criticar. Os líderes elogiam, sabem encorajar, incentivar e elevar a autoestima dos funcionários.
- 8) SAIBA considerar os sentimentos alheios. Respeite!
- 9) PREOCUPE-SE com a opinião dos outros. Há três comportamentos de um verdadeiro líder: ouvir, aprender e saber elogiar.
- 10) PROCURE apresentar um excelente serviço. O que realmente vale em nossas vidas é aquilo que fazemos para o outro.



Figura 5: Ilustração sobre relações humanas.

Marketing Pessoal

O modelo de sociedade em que vivemos, dita padrões de competitividade extremamente elevados em praticamente todas as áreas. Tanto em aspectos visuais de comunicação e de conhecimento, quanto em outros aparentemente secundários, pequenas diferenças podem determinar o sucesso ou o fracasso. Talvez seja um modelo injusto, mas a realidade é que este é o modelo em que transitamos.

O reconhecimento de competências e habilidades, é fundamental para diferenciar e situar um indivíduo no contexto social em que vive e determina, em grande parte, a maneira como ele estará posicionado para o sucesso profissional e pessoal. É fato que nem todos possuem as mesmas competências e habilidades. Porém, muitos as possuem e, por uma série de fatores, elas não são facilmente reconhecíveis e as habilidades encobertas geram uma grande desvantagem, especialmente quando a competição é acirrada.



Figura 6: Ilustração sobre marketing pessoal.

Todos já se perguntaram: por que fulano de tal, sendo menos preparado, menos hábil, menos esforçado e experiente, galgou sucesso pessoal ou profissional maior do que o nosso? Talvez uma das respostas seja a prática do Marketing Pessoal. Marketing Pessoal pode ser definido como uma estratégia individual para atrair e desenvolver contatos e relacionamentos interessantes do ponto de vista pessoal e profissional, bem como para dar visibilidade a características, habilidades e competências relevantes na perspectiva da aceitação e do reconhecimento por parte de outros. Foi-se o tempo em que o marketing pessoal era um instrumento político falso, visando apenas em uma conquista específica. Hoje, para avançar em meio à verdadeira selva social em que se transformou o capitalismo, ele vem se tornando uma ferramenta cada vez mais necessária para todos, do mais simples ao mais sofisticado.

Elementos fundamentais no marketing pessoal

Os elementos fundamentais, quando se atesta que o caminho do sucesso é a prática do marketing pessoal, são:

- A qualidade do posicionamento emocional para com os outros.
- A comunicação interpessoal.
- A montagem de uma rede de relacionamentos.
- O correto posicionamento da imagem.
- A prática de ações de ajuda e incentivo para com os demais.

Posicionamento emocional

Pode ser definido como sendo a forma com que as pessoas se lembrarão de um indivíduo. Algumas pessoas se recordam de outras pela maneira cortês, positiva e educada como foram tratadas, pela sinceridade e zelo com que tiveram o contato, enfim, pelas emoções positivas que remetem à imagem de outrem. Ao contrário, há pessoas que deixam uma imagem profundamente negativa, mesmo que o contato interpessoal tenha sido curto. Assim, a prática do marketing pessoal deverá ser responsável por um grande cuidado na

maneira como se dão os contatos interpessoais. São fundamentais para isso atitudes que remetem à atenção, simpatia, assertividade, ponderação, sinceridade e demonstração de interesse pelo próximo, de uma forma autêntica e transparente. Reza uma máxima do marketing pessoal: atenção personalizada a quem quer que seja, nunca é investimento sem retorno.

A comunicação interpessoal

Pode ser definida como sendo o grande elo que destaca um indivíduo em meio à massa. Quando ele fala, quando se expressa por escrito ou oralmente, quando cria vínculos de comunicação continuada, o indivíduo externa o que tem de melhor em seu interior. Assim, usar um português correto e adequado a cada contexto, escrever bem, vencer a timidez, usar diálogos motivadores e edificantes e manter um fluxo de comunicação regular com as pessoas é básico para um bom desenvolvimento do marketing pessoal. Temos sempre a tendência de ver as pessoas que se comunicam bem como líderes no campo em que atuam.

Rede de relacionamentos

Pode ser definida como uma teia de contatos, nos mais variados níveis, fundamentais para o indivíduo se situar socialmente, tanto de forma vertical (com relações em plano mais elevado que o seu) quanto horizontal (com seus pares, em plano semelhante). Quando se fala em rede de contatos, dois desafios surgem imediatamente: dimensionar os relacionamentos de forma plural, isto é, ser capaz de se relacionar em qualquer nível, tornando-se lembrado por todos de forma positiva; e manter a rede de contatos, enviando mensagens periodicamente, fazendo-se presente em eventos sociais e tratando os outros com atenção e cordialidade.

Posicionamento de imagem

Pode ser definido como uma adequação visual ao contexto social. É fato que a sociedade hipervaloriza a imagem e, exageros à parte, o princípio do cuidado visual precisa ser analisado realisticamente. Assim, o traje correto e adequado ao momento, a combinação estética de peças, cores e estilo, bem como os cuidados físicos fundamentais (o corte do cabelo, a higiene, a saúde dentária, etc) são importantes para uma composição harmônica e atrativa da imagem.

A prática de ações de apoio, ajuda e incentivo para com os demais

É o grande elemento do marketing pessoal e, como destaque social, a melhor forma de galgar um lugar nas mentes e corações dos que nos cercam.

Não é preciso dizer que apoiar, ajudar e incentivar as pessoas deve ser um conjunto de atitudes sinceras, transparentes e baseadas no que se tem de melhor. Até porque ações meramente aparentes são facilmente detectadas e minam a essência do marketing pessoal verdadeiro. O segredo, portanto, é sempre se perguntar: de que maneira posso ajudar? De que forma posso apoiar? Como posso incentivar o crescimento, o progresso e o bem-estar do próximo? Quando bem praticado, o marketing pessoal é uma ferramenta extremamente eficaz para o alcance do sucesso social e profissional. E o melhor é que, além de beneficiar quem o pratica, ele também proporciona bem-estar para os que estão ao redor. Que tal mudar alguns velhos paradigmas e repensar o nosso próprio marketing pessoal?

ESTILOS INTERPESSOAIS

O estilo interpessoal é formado a partir das relações que a criança estabelece com seus pais, irmãos ou pares, e com seu ambiente (Adler, 1939; Dreikurs, 1953; Mosak & Maniaci, 1999). Logo, os estilos são estratégias interpessoais construídas na infância a partir das percepções da criança sobre suas interações no ambiente social, onde cada pessoa processa estas primeiras experiências para criar uma maneira consistente de agir que permanece na vida adulta.

A dicotomia entre aceitação e status social (ou seus correlatos) tem guiado esforços para quantificar aspectos do comportamento interpessoal por muitos anos, em especial, entre os pesquisadores dedicados a estudar o domínio interpessoal da personalidade (Sullivan, 1953; Leary, 1957; Wiggins, 1991; Pincus & Gurtman, 2006; Gurtman, 2009). Sob influência da teoria interpessoal de Sullivan (1953) e da teoria de campo de Kurt Lewin (1935), Leary (1957) concluiu que seria útil organizar estas duas dimensões básicas em um círculo ou modelo circunflexo. Com base neste modelo, Leary (1957) desenvolveu o Interpersonal CheckList – ICL, no qual definiu oito escalas interpessoais que se distribuem em dois eixos: o eixo vertical era formado pelos polos opostos dominância e submissão, e o eixo horizontal por afeição versus hostilidade, conforme apresentado na “figura 3”.

Os demais fatores interpessoais eram definidos pela combinação entre os eixos principais.

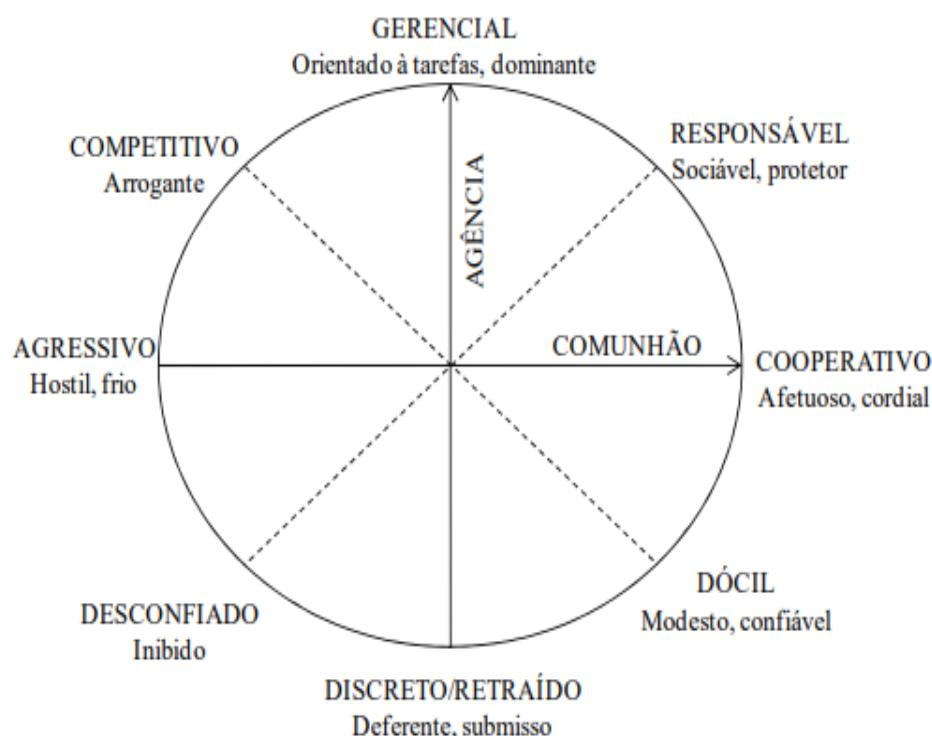


Figura 7: Modelo circumplexo de estilos interpessoais. Adaptado de Leary (1957).

Logo, modelos de circumplexo assumem, que cada inclinação interpessoal é uma associação particular desses conceitos dicotômicos a depender de sua localização no modelo (Gurtman, 2009). Dessa maneira, as características interpessoais são definidas pela confluência entre agência e comunhão: a primeira representa status, dominância, poder e controle, indicando a busca das pessoas por se diferenciarem das demais; enquanto a comunhão sugere afiliação, amor, união e a busca pelo estabelecimento de relacionamentos pessoais (Wiggins, 1991; Bakan, 1966).

Gurtman (2009) oferece um sumário dos testes contemporâneos das dimensões interpessoais da personalidade mais utilizados, considerando o modelo circumplexo de Leary (1957). Esse autor destaca o IAS-R – Interpersonal Adjective Scales Revised (Wiggins, 1995) e o IIP-C – Inventory of Interpersonal Problems Circumplex (Alden, Wiggins, & Pincus, 1990; Horowitz, Alden, Wiggins, & Pincus, 2000): o primeiro avalia traços interpessoais e requer que a pessoa selecione dentre 64 adjetivos aqueles que melhor descrevem suas características; o segundo visa identificar problemas interpessoais através de itens que descrevem déficits ou excessos do funcionamento interpessoal.

Locke (2006) salienta que muitos outros instrumentos medem aspectos de comportamento interpessoal, porém, suas escalas não se adequam com exatidão a um modelo circumplexo, como apresentado por Leary (1957), medindo apenas subconjuntos do espaço interpessoal. Este é o caso do modelo dos cinco fatores de personalidade, no qual apenas os fatores extroversão e sociabilidade se enquadram numa perspectiva interpessoal (McCrae & Costa, 1989; Trapnell & Wiggins, 1990).

No entanto, Gurtman (2009) afirma que é perfeitamente possível analisar estilos interpessoais sem encaixá-los em modelos circunflexos. O imprescindível é que a medida de estilos interpessoais – proposta como uma avaliação da personalidade na perspectiva do ator – avalie esforços individuais para obter aceitação e status social. É o caso do inventário de estilos interpessoais desenvolvido por Curllette, Wheeler e Kern (1997), denominado BASIS-A (Basic Adlerian Scales of Interpersonal Styles) que é composto de 65 itens, distribuídos em cinco escalas básicas e cinco escalas suplementares. O propósito deste instrumento é identificar crenças e estratégias prototípicas buscando compreender como afetam os comportamentos atuais da pessoa.

No Brasil, Magalhães (2009) desenvolveu o Inventário ESEI, Escalas de Estilo Interpessoal. Este inventário pressupõe que o estilo interpessoal se forma na infância a partir das percepções e crenças construídas na interação social, predominantemente na família, onde cada indivíduo desenvolve seu repertório peculiar para resolver as demandas da convivência com outras pessoas.

A criação dos itens do Inventário ESEI foi baseada no uso da memória autobiográfica na avaliação da personalidade (Adler, 1954; Bruhn, 1995). Assim, o inventário ESEI apresenta itens que são sentenças descritivas do comportamento interpessoal na infância, solicitando ao participante que tente se lembrar de como ele era antes dos 10 anos de idade.

De acordo com Mosak e Pietro (2006), antes dos 10 anos as pessoas ainda não desenvolveram uma memória contínua, e por causa disso não podem lembrar a sequência correta de uma recordação. Deste modo, as pessoas tendem a projetar nas suas primeiras recordações, detalhes, sentimentos e conceitos para dar coerência às suas narrativas. Por esta razão, as histórias e recordações que uma pessoa é capaz de resgatar são representações de aspectos fundamentais da experiência presente do indivíduo (Adler, 1939; Bruhn, 1985; McAdams, 1985).

Pincus e Gurtman (2006) corroboram esta afirmação, indicando que os domínios interpessoais da personalidade não se limitam a comportamentos recentes e observáveis.

Percepções sobre as situações interpessoais, sejam elas experiências passadas ou fantasias sobre o futuro, independente do seu nível de precisão ou distorção, influenciam continuamente o autoconceito do indivíduo e suas estratégias para resolver questões interpessoais da vida.

O Inventário ESEI foi desenvolvido a partir das categorias de comportamento interpessoal descritas na literatura sobre o tema (Acton & Revelle, 2002; Adler, 1939; Leary, 1957; Pincus & Gurtman, 2006). A análise desta literatura indicou oito dimensões fundamentais de estilo interpessoal que foram validadas em aplicação conjunta com o IFP (Inventário Fatorial de personalidade) (Pasquali, Azevedo & Ghesti, 1997) e com o IPIP Big-Five Factor Markers (Goldberg, 1992) uma medida dos cinco grandes fatores de personalidade.

A tabela da “figura 4” apresenta uma síntese das dimensões de estilos interpessoais, seguida dos exemplos de itens das escalas:

Inventário ESEI Magalhães (2009)	Síntese da descrição das dimensões
Pertencimento (PT)	Busca de contato interpessoal baseado em sentimentos de confiança, inclusão e aceitação em relação aos outros. “Sentia que tinha muitos amigos”.
Superioridade (SUP)	Desejo de apresentar comportamentos que demonstrem status superior. “Preferia a companhia dos adultos”.
Cautela (CA)	Percepção desfavorável do ambiente social que resulta em comportamentos de vigilância interpessoal. “Achava que não gostavam de mim”.
Comando (CM)	Busca por controle das situações e desejo de liderança. “Queria ser o líder da turma”.
Confrontação (CFR)	Busca por independência de opinião e comportamento. “Era brigão”.
Intitulação (INT)	Expectativa de tratamento especial, de ter necessidades supridas por outros. “Era paparicado”.
Busca de Reconhecimento (BR)	Busca de Sucesso (BS): necessidade de obter status por desempenho “Gostava de me destacar pela minha inteligência”. Busca de Aprovação (BA): necessidade de sentir-se gostado. “Comportava-me bem para ser admirado”.
Conformidade (CFO)	Necessidade de estruturas e referências externas para guiar o comportamento. “Era disciplinado”.

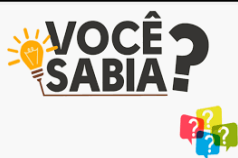
Figura 8: Tabela - Síntese das dimensões do Inventário ESEI.

De acordo com a análise fatorial de segunda ordem dessas dimensões de estilos interpessoais, Magalhães (2009) constatou a existência de três fatores: a afiliação, o poder e a realização, que correspondem à teoria motivacional de McClelland (1985). Nesse sentido, o elevado pertencimento, baixa superioridade e baixa cautela correspondem às inclinações interpessoais mais afiliativas; o comando, a confrontação e a intitulação traduzem busca por poder; e, por fim, a busca de reconhecimento e a conformidade correspondem a estilos interpessoais que prezam por realizações.

A afiliação, conforme McClelland (1985) descreve pessoas preocupadas com aceitação social, que buscam relacionamentos interpessoais agradáveis, amizade e cooperação. Indivíduos que possuem alta afiliação tendem a obter maior rendimento quando os incentivos são sociais. Possuem tendência a manter seus relacionamentos, aprendendo mais rapidamente a se comportar em ambientes sociais. Não possuem habilidades para gerir, uma vez que buscam constantemente evitar conflitos, encontrando dificuldades para tomar decisões desagradáveis aos subordinados. Outra marcante característica desses indivíduos, é o forte medo de não ser valorizado por um grupo, evitando sempre a competição para não enfrentar avaliações negativas.

O poder corresponde à busca por status social e por dominância, é o desejo de controlar os outros e de influenciá-los. São pessoas que se preocupam com o prestígio, tentam provocar impacto sobre outras e assumir posições de liderança (Rego, 2000). Segundo McClelland (1985), indivíduos com elevados escores em poder possuem tendências agressivas, competitivas e interesse em assumir riscos altos. Muitas vezes, mantém relações com indivíduos que não tenham tanto prestígio no grupo, de modo a destacar-se.

A realização é o desejo de ser excelente, mais eficiente, de ter responsabilidades e de traçar metas. Caracteriza indivíduos que temem o fracasso e por isso preferem desafios de dificuldade moderada, uma vez que podem ser responsabilizados pelos resultados positivos destes. Possuem grande necessidade, no qual os outros avaliam seu desempenho, preferindo atividades que produzam resultados facilmente atestáveis (McClelland, 1985).



VOCÊ SABIA?

Profissional do futuro precisa equilibrar tecnologia e relações interpessoais

Conhecimento técnico da faculdade deve ser combinado com habilidades sociais

Quem se prepara para entrar no Ensino Superior ou já está no curso, além da pressão dos estudos, também já começa a se preparar para enfrentar o mercado de trabalho. Mas como será o profissional do futuro?

Para o professor do Grupo Etapa, Marcelo Dias Carvalho, é fundamental se manter atualizado por meio de cursos extras ou de forma autodidata. “Essa é uma exigência para todo profissional, independentemente da área em que irá atuar”, destaca Carvalho.

“O sucesso será determinado não só pelo conhecimento técnico, mas também pela postura do profissional. Quanto mais flexível em sua área de atuação, maior o número de oportunidades e as chances de reconhecimento”, afirma Carvalho.

Além do conhecimento técnico

Durante a faculdade, é muito comum que estudantes foquem nos conteúdos e procurem se desenvolver neles por meio de provas e trabalhos. Carvalho reconhece a importância disso, mas ressalta que é necessário também não deixar de lado outras habilidades. Ele destaca que existem as chamadas *hard skills* (habilidades técnicas) e as *soft skills* (habilidades comportamentais e sociais), e que é preciso dar atenção para ambas.

As primeiras já são desenvolvidas no âmbito acadêmico e envolvem os conhecimentos técnicos. Já as *soft skills* são mais difíceis de se ensinar. É o caso da inteligência emocional, bastante valorizada hoje em dia. “É você saber identificar o que as outras pessoas estão sentindo para tomar as melhores decisões”, resume. Ele destaca que isso facilita a liderança de equipes. A criatividade é outra habilidade que muitos deixam de lado, mas que faz diferença no mercado de trabalho, pois permite sair da zona de conforto e facilita a resolução de problemas complexos.

Empreendedorismo

Já explorado no ambiente acadêmico, o empreendedorismo também está cada vez mais em evidência. Durante o curso, os alunos podem se preparar para a possibilidade de empreenderem no futuro, mesmo que essa não seja a ideia inicial. Ter conhecimento prévio sobre como elaborar um plano de negócios, reconhecer oportunidades e os riscos de um projeto faz diferença. “Com isso, o jovem estará preparado para identificar uma oportunidade e, se for o caso, empreender com mais segurança”, ressalta Carvalho.

A vida acadêmica também pode ajudar a preparar o futuro profissional para o trabalho *home office*. “As tecnologias ajudam nisso, mas o trabalho à distância envolve disciplina e organização, características que podem ser desenvolvidas durante a graduação”, comenta Carvalho.

Bom uso da tecnologia

Com a facilidade que hoje o mundo virtual proporciona para o relacionamento das pessoas à distância, muitos podem achar que manter contato profissional por meio do computador é suficiente. Mas o professor ressalta que, sempre que possível, a tecnologia não deve substituir

o contato pessoal. Para Carvalho, o networking feito pessoalmente, utilizando as diferentes formas de comunicação, é uma importante ferramenta de persuasão profissional que não deve ser deixada de lado.

Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/especial-publicitario/etapa/etapa-vestibular-2018/noticia/profissional-do-futuro-precisa-equilibrar-tecnologia-e-relacoes-interpessoais.ghtml>

ÉTICA PROFISSIONAL NOS DIAS ATUAIS

Ao longo do dia, diante de pessoas, coisas e situações, muitas avaliações ou pré-conceitos são perpetrados constantemente. Desde que o mundo é mundo, é assim. O ser humano vive sob o maniqueísmo das coisas: o bem e o mal, o certo e o errado, e o que diferencia cada um tem a ver com a boa índole refletida na boa conduta frente à sociedade, regida por regras de bem viver que precisam ser respeitadas. Não deve ser confundida com as leis, mas está relacionada com o sentimento de justiça social. Princípios ou valores morais, como a ética, são peças chave para a harmonização dos grupos, a fim de que haja um equilíbrio e bom funcionamento social, possibilitando que ninguém saia prejudicado. Pelo menos é o que diz a teoria. Nesse sentido, a ética é um tema recorrente, pois está atrelada à vida, ao cotidiano do Homem.

OBSERVAÇÕES:

Nos dias de hoje, muitos citam a palavra “ética”, mas, quando perguntados, não conseguem explicá-la nem defini-la. Por isso, o objetivo deste texto é abordar o conceito de ética de modo a tornar mais claro seu entendimento a partir de uma reflexão sobre a mesma nos dias atuais.

Em um primeiro momento, a ética nos remete a norma, liberdade e responsabilidade. Falar em ética significa falar de liberdade, pois não há sentido falar de norma ou de responsabilidade se não partimos da suposição de que o ser humano é realmente livre para agir, ou pode sê-lo.

A norma nos diz como devemos agir. E, se devemos agir de tal modo, é porque também podemos não agir deste modo. Isto é, se devemos obedecer, é porque podemos desobedecer ou somos capazes de desobedecer à norma. Também não haveria sentido falar de responsabilidade, se o condicionamento ou o determinismo fosse tão completo a ponto de considerar a resposta como mecânica ou automática.

Por outro lado, se afirmarmos que o determinismo é total, não há o que falar de Ética; pois a Ética refere-se às ações humanas, e, se elas são totalmente determinadas de fora para dentro, não há espaço para a liberdade, como autodeterminação, e conseqüentemente, não há espaço para a Ética.



SE LIGA NA CHARADA!

PERGUNTA:

10 formigas entram em uma caneta e dançam o dia inteiro. Qual o nome do filme?

RESPOSTA:

“In the pen dance day”.

CIDADANIA E CIDADANIA ORGANIZACIONAL

A partir de 1980, uma nova tendência de investigação sobre a conduta humana no trabalho ganhou espaço dentro do campo do comportamento organizacional, tendo como objetivo explicar as razões pelas quais alguns membros das organizações se limitam a realizar as atividades prescritas nos contratos formais de trabalho, enquanto outros, espontaneamente, excedem estes limites, a partir de contribuições informais para a organização à qual pertence. Este fenômeno, denominado por comportamentos de cidadania organizacional (CCO) ou somente cidadania organizacional, consiste na manifestação de comportamentos benéficos voluntários que transcendem as obrigações formais e possíveis garantias de recompensas contratuais.

Embora as pesquisas sobre comportamentos de cidadania organizacional tenham se desenvolvido de forma mais acelerada a partir dos anos 1980, suas raízes podem ser identificadas no conceito de cidadania cívica, nas teorias de trocas sociais (Blau, 1964) e nos primeiros estudos organizacionais, que estabeleceram a importância dos comportamentos voluntários dos indivíduos para a eficácia organização (Barnard, 1938; Katz & Kahn, 1966, 1978; Roethlisberger & Dickson, 1939).

A partir dessas concepções, diversas pesquisas foram desenvolvidas com o objetivo de explicar a manifestação de tais comportamentos (Bateman & Organ, 1983; Organ, 1988, 1997; Podsakoff & MacKenzie (1997); Rego, 2002a, 2002b; Smith, Organ & Near, 1983; Van Dyne, Cummings, & Mclean-Parks, 1995). A investigação dos comportamentos de cidadania organizacional é marcada por envolver uma grande complexidade em sua conceitualização,

o que reflete na dificuldade de delimitação teórica e consenso em torno de sua dimensionalidade.

Em face da polissemia que cerca o uso do construto e da falta de consenso entre os pesquisadores do tema, faz-se importante uma revisão das origens do termo cidadania e das questões que envolvem o seu uso na área organizacional. Assim, busca-se neste artigo mapear o conjunto de questões teóricas e conceituais presentes na pesquisa sobre cidadania organizacional, apoiando-se inicialmente em uma revisão histórica do próprio conceito de cidadania.

Cidadania

A palavra cidadão deriva do latim *civis* ou *civitas* significando um membro de uma cidade-estado antiga da república romana. *Civitas* foi uma representação latina do termo grego *polites* que refere-se a um membro de uma polis (cidade) grega, para a língua portuguesa cidadania é usada para designar qualidade ou estado do cidadão, ou seja, o pleno gozo de todos os direitos civis e políticos do cidadão de um país (Ferreira, 1975).

A expressão cidadania está relacionada intimamente à concepção de classes sociais embutida no antigo Direito Romano. No período correspondente à realeza (735-510 a.C.), a estrutura social de Roma previa a existência de alguns homens livres. Dos que possuíam a liberdade, os patrícios eram a classe privilegiada, eles eram considerados opressores dos plebeus e ocupavam o topo da pirâmide social dos habitantes de Roma (Dallari, 1985). Para Siqueira, Gomide e Oliveira (2001), é a partir de reflexões desse ordenamento político, da sociedade e de concepções relativas à natureza social do homem romano que floresceram as bases ideológicas para construir o conceito de cidadania atual.

De acordo com Miller (2002), a cidadania assume, hoje, diferentes formas, dentre as mais discutidas estão a cidadania política e a econômica. A cidadania política está relacionada a práticas como o voto, representatividade governamental e garantias de segurança física. Já a cidadania econômica abarca questões como empregabilidade, saúde, segurança e aposentadoria. Além dessas formas, destacam-se outros tipos de cidadania: a cidadania sexual (Lister, 2002), a cidadania cultural (Miller, 2002), a cidadania multicultural (Joppke, 2002), a cidadania ecológica (Curtin, 2002), dentre outras. Subjacente a esses diferentes tipos de cidadania está a noção da liberdade individual e a de que os homens, inseridos em diferentes contextos sociais, possuem tantos direitos quanto deveres a seguir.

Na idade moderna, a história da cidadania é mais comumente apresentada em termos de uma comparação entre suas formas antiga e moderna. Na cidadania antiga, existe um

poder soberano demarcado, pela lógica do governante e do governado, em que a participação do cidadão é passiva e os governantes possuem a custódia da autoridade do povo. A cidadania moderna concebe os cidadãos como conscientes de que todos possuem uma obrigação primordial de obediência a algum governante ou soberano supremo (Burchell, 2002). Neste modelo, a soberania é descrita como pertencente ao próprio povo, e a sua participação ocorre somente no contexto de um sistema elaborado de representação política à distância, representado por um aparato administrativo. Assim as duas formas de cidadania (antiga e moderna) se aproximam, na medida em que o papel do cidadão e a cidadania são expressos de maneira passiva.

Embora essas concepções sejam classicamente construídas, conceitos elaborados a partir de uma atuação mais ativa do cidadão também foram elaborados. Para exemplificar essa mudança, pode-se remeter à definição de cidadania de Janoski e Gran (2002), na qual a cidadania é definida como a participação passiva e ativa dos indivíduos em um Estado-Nação com direitos universais e obrigações em um nível especificado de igualdade. Este conceito envolve quatro pontos importantes, em que para existir a cidadania, é preciso haver: um indivíduo; a capacidade ativa de influência política e direitos passivos de existência sob um sistema legal; direitos de cidadania que são universalistas – direitos transformados em lei e aplicadas para todos os cidadãos; e uma declaração de igualdade, com direitos e deveres equilibrados.

Para Isin e Turner (2002), as teorias e práticas a respeito dos direitos e deveres que compõem a cidadania não são mais capazes de captar as mudanças naturais ocorridas no século XXI. Nas duas últimas décadas do século XX, a pós-modernização e a globalização desafiaram as nações como únicas fontes de autoridade e democracia. Sob essa pressão, os limites dos direitos e deveres implicados na noção de cidadania e as formas de democracia associadas a estes limites e deveres trouxeram o debate para o meio político e intelectual, ampliando a forma com que a cidadania era entendida e debatida. Para os autores, atualmente, mais do que focar nos aspectos legais da cidadania, é preciso que ela seja definida como um processo social, por meio do qual os indivíduos e grupos sociais se engajam para reivindicar e expandir seus direitos. Outros conceitos compreendem que algumas pessoas sejam "verdadeiros" cidadãos quando contribuem para o bem-estar da comunidade ou para qualquer tipo de associação humana. Esta perspectiva representa uma mescla da concepção republicana de cidadania participativa com a concepção atual que

utiliza cidadania para se referir à adesão a qualquer tipo de agrupamento humano (Isin & Turner, 2002).

Em síntese, o conceito de cidadania assume no presente uma maior amplitude dos significados classicamente associados. Isto acaba proporcionando o uso, cada vez mais frequente, do termo cidadania para quando se reporta às relações entre indivíduos e outros contextos. Desta maneira, o conceito de cidadania passou a ser utilizado não apenas para especificar a relação que um indivíduo mantém com seu Estado-País, passando também a subsidiar teoricamente a compreensão sobre determinados comportamentos que são emitidos em ambientes específicos, tais como associações, grupos ou instituições de trabalho.

Cidadania organizacional

Considerando os estudos gerais de cidadania, a cidadania organizacional parece compreender o trabalhador de forma a aproximá-lo mais das perspectivas contemporâneas sobre o tema. O termo cidadania, no contexto das organizações, foi inserido como uma analogia ao tipo de relação que um cidadão civil mantém com o Estado. A organização, dentro desta lógica, representaria o próprio Estado e o indivíduo dentro dessa organização, ao reconhecer a legitimidade de suas normas, poderia exibir comportamentos de cidadania organizacional (CCO).

O emprego da terminologia cidadania no âmbito dos estudos organizacionais designa uma modalidade de atos que resultam em benefícios ao sistema organizacional (Bateman & Organ, 1983; Organ, 1988; Organ, Podsakoff, & Mackenzie, 2006; Smith et al., 1983; Taylor, 2013). Embora as tentativas de mensuração da cidadania organizacional e a relação empírica deste construto com outras variáveis do comportamento organizacional tenham iniciado nos anos 1980, os principais argumentos que construíram sua base teórica são discutidos na sociologia, na psicologia industrial, na psicologia social e na economia há mais de 70 anos.

Tido como precursor das ideias que compõem o construto cidadania, Chester Barnard, com seu estudo clássico *The Functions of the Executive* de 1938, propõe a diferenciação das abordagens contemporâneas sobre a natureza das organizações pelo fato dessas enfatizarem a estrutura formal e o controle como essência da organização (Barnard, 1938). Para este autor, embora a estrutura formal e o controle tenham sua importância, eles não definem a essência do sistema cooperativo, já que o sistema não se sustentaria sem a boa vontade das pessoas envolvidas para construí-lo.

Outro marco dos estudos pioneiros de cidadania organizacional pode ser identificado no trabalho de Roethlisberger e Dickson, (1939), os autores comunicaram os resultados de um experimento longitudinal, realizado a partir de 1927, em uma fábrica de Chicago, com o objetivo de investigar o efeito dos intervalos de descanso e horários de trabalho. Para este experimento, um grupo pequeno de mulheres foi separado e colocado numa sala de testes de retransmissão de montagem e avaliado por mais de dois anos.

Dentre os diferentes resultados produzidos, observou-se que o grupo experimental mostrou uma tendência geral de aumento da produtividade ao longo destes anos. Para os pesquisadores, este aumento não poderia ser completamente explicado pelos intervalos de descanso, horas de trabalho, ou ainda pelo projeto especial de trabalho ou sistema de pagamento implantado para esse grupo. A hipótese emergente foi a de que tais fatores interagiram com a mudança no tratamento da supervisão e o desenvolvimento inesperado das operadoras ocorreu dentro de um grupo coeso devido à própria estrutura e regras de conduta. Com este experimento, delineou-se uma distinção entre a organização formal e a informal.

A organização formal "inclui os sistemas, políticas, regras e regulamentos da fábrica, os quais expressam as relações que se pressupõe existir entre uma pessoa e outra, a fim de atingir eficazmente as tarefas de produção técnica" (Roethlisberger & Dickson, 1939, p.558). Isso engloba todos os sistemas de controle explicitamente introduzidos pela organização para atingir os objetivos econômicos e a contribuição efetiva dos seus membros para esses fins. Porém, segundo os autores, haveria algo a mais para a organização do que está formalmente reconhecido. A organização formal não pode dar conta, por exemplo, dos sentimentos e valores contidos na organização social, por meio dos quais os indivíduos ou grupos de indivíduos são informalmente diferenciados, ordenados e integrados.

Apesar de Bateman e Organ (1983) e Smith et al. (1983) terem sido os primeiros a introduzir o termo comportamentos de cidadania organizacional na literatura científica das organizações, foram D. Katz e R. L. Kahn, com a publicação de *The Social Psychology of Organizations*, de 1966 (revisada em 1978), que introduziram a visão do trabalhador como cidadão organizacional. Segundo esses autores, o funcionamento efetivo de um sistema de trabalho depende, pelo menos, de três comportamentos principais de seus trabalhadores: a) atrair e manter as pessoas dentro do sistema; b) apresentar desempenho que satisfaça ou exceda padrões qualitativos e quantitativos, realizando os requisitos do papel de forma confiável; e c) evocar comportamentos inovadores e espontâneos além dos requisitos do

papel. Esse terceiro comportamento inclui atividades de cooperação com colegas, ações protetoras e ideias originais para melhoria do sistema, autoformação para contribuições adicionais, e gestos que promovem um clima favorável para a organização no ambiente externo.

Estas três categorias de comportamentos seriam ativadas por padrões de motivações diversos ligados à legitimidade atribuída às prescrições e controles dos sistemas, por intermédio de recompensas que levem ao comportamento solicitado; por satisfações oriundas de auto-determinação, auto expressão de talentos e habilidades; e pela introjeção de metas organizacionais, que são identificadas como valores pessoais.

De acordo com Siqueira et al. (2001), os preceitos legais ou leis de um Estado democrático devem ser executados por autoridades constituídas e precisam ser claros, inequívocos, além de prever penalidades aos seus infratores, subordinando o cidadão leis e às autoridades legitimadas. Para estes autores, dentro da teoria das organizações de Katz e Kahn (1978) acontece o mesmo.

Ao ingressar em uma organização e reconhecer a legitimidade de suas normas, o trabalhador, motivado pelo modelo de sociedade democrática ocidental, exigirá que a organização o trate como cidadão organizacional e lhe ofereça cidadania organizacional, ou seja, o pleno gozo de todos os direitos e deveres instituídos pelo sistema. Katz e Kahn (1978), ao procurarem explicar quais seriam os comportamentos, padrões motivacionais e condições organizacionais que se interligariam para promover a existência efetiva de uma organização, reconheceram que, no contexto de trabalho, os indivíduos a ela afiliados poderiam concebê-la como um sistema organizado política e juridicamente e dela solicitar tratamento democrático, como aquele que o Estado dispensa a seus cidadãos.

Dessa forma o conceito de cidadão organizacional é apresentado baseando-o em cinco classes de ações espontâneas que beneficiariam a empresa: ajuda aos colegas de trabalho; proteção à organização; sugestões construtivas; contribuição para a reputação organizacional e autodesenvolvimento.

Neste conceito, os fatores integrantes formais do sistema organizacional se relacionam diretamente aos fatores promotores de atos espontâneos e inovadores ao preconizar que o único padrão de incentivo capaz de reduzir o absenteísmo e rotatividade, aumentar a produtividade e, ao mesmo tempo, estimular atos extra-papel na forma de comportamentos inovadores e espontâneos seria aquele que induz o empregado a internalizar as metas organizacionais. Estas metas seriam internalizadas em face das

condições objetivas características do sistema, tais como: presença de metas desafiadoras e repletas de valores; existência de um líder organizacional como modelo e; ofertas de oportunidade para o empregado participar das decisões do sistema, como também receber recompensas (Katz & Kahn, 1978; Taylor, 2013).

Outro trabalho que contribuiu para o desenvolvimento do construto cidadania organizacional foi a obra clássica *Exchange and Power in Social Life* (Blau, 1964), em que são analisadas dinâmicas de troca entre grupos e organização, e apresenta uma perspectiva sobre as relações sociais e interpessoais como um produto de uma história de trocas, que podem ser econômicas ou sociais. Mesmo que a troca que ocorre entre a organização e seus colaboradores tenha uma característica econômica, quando um dos participantes começa a interagir com outros, padrões de troca social se desenvolvem. As interações entre colegas, chefes e clientes tendem a se desenvolver de tal forma que a relação, frequentemente, torna-se uma mistura de trocas econômicas e sociais.

Desta forma, os participantes desta relação percebem que certas contribuições são obrigatórias em troca de incentivos contratualmente especificados. Quando um indivíduo avalia esses incentivos como sendo além dos que são contratualmente prometidos, ele pode também se sentir obrigado a retribuir com contribuições além das especificadas inicialmente no contrato de trabalho. De acordo com Organ et al. (2006), os atores organizacionais, ao observarem que um indivíduo ou grupo fazem além do que são obrigados, tendem a vivenciar um sentimento pessoal ou corporativo de dívida, e procuram retribuir com formas complementares além daquelas legitimadas no contrato de trabalho.

Em seu trabalho, Blau (1964) proporciona explicações sobre a forma como os indivíduos percebem as reações de troca social e, a partir disso, chegam a manifestar comportamentos que estão além do contrato de trabalho. Tais comportamentos, seriam gestos de cidadania, pois ocorreriam além do que está formalmente concebido no contrato do trabalhador com a organização.

Organ (1990) relaciona o conceito de troca social com o de cidadania organizacional, ao afirmar que inicialmente cada indivíduo estabelece uma relação de troca social com a organização, a qual proporciona a manifestação de comportamentos voluntários e benéficos que seriam mantidos enquanto a relação fosse percebida como justa por parte do sujeito. Quando essa relação de troca é prejudicada, o sujeito tenderia a alterar a relação que mantém com o sistema, passando a emitir comportamentos dentro dos deveres e limites de seu contrato de trabalho. Muitos autores apoiam a perspectiva de Organ de que as relações

de trocas sociais positivas facilitam a manifestação de comportamentos de cidadania organizacional (Farh, Podsakoff, & Organ, 1990; Moorman, 1991; Moorman, Blakely, & Niehoff, 1998; Smith et al., 1983).

Os achados teóricos de Katz e Kahn (1978) motivaram Siqueira (1995) a construir e validar o primeiro instrumento brasileiro para mensurar comportamentos de cidadania organizacional (Escala Comportamental de Cidadania Organizacional - ECCO). A medida de Siqueira (1995) possui 18 itens, os quais foram testados mediante análise fatorial. Esta análise revelou a existência de cinco fatores, que aparecem de forma coerente com a teoria de Katz e Kahn (1978).

Diante da revisão dos pressupostos teóricos, podemos identificar nos trabalhos de Barnard (1938), Roethlisberger e Dickson (1939), Blau (1964), Katz e Kahn (1966, 1978) as bases teóricas que conduziram aos estudos da cidadania organizacional na década de 1980, além de evidenciar o seu desdobramento em trabalhos nacionais como Siqueira (1995) e Menezes (2009). Estas pesquisas foram de suma importância para o desenvolvimento do construto, pois apresentam ideias e conceitos centrais que são utilizados pelos estudiosos contemporâneos da cidadania organizacional.

Comportamentos de cidadania organizacional

Consensualmente, os comportamentos de cidadania organizacional (CCO) vão além das exigências dos papéis formais e não são facilmente executados por ameaças e restrições. Estão mais próximos da cooperação, que mantém o equilíbrio interno da organização, e envolve atitudes pró-sociais espontâneas no dia a dia para auxiliar terceiros.

A definição mais frequentemente utilizada pelos pesquisadores do tema é a de Organ (1988), que compreende cidadania organizacional como sendo "comportamentos individuais discricionários, não diretos ou explicitamente reconhecidos pelo sistema de recompensa formal, e que, no agregado, promovem o funcionamento eficaz da organização" (1988, p. 4). Por discricionário, Organ (1988), entende como sendo o comportamento que não é uma exigência do papel ou da descrição do cargo, isto é, os termos claramente específicos do contrato de emprego da pessoa com a organização; o comportamento, ao invés disso, é uma questão de escolha pessoal, tanto que sua omissão não é geralmente, entendida como passível de punição (p.513).

Esta definição aproxima-se do conceito de Katz (1964) ora apresentado, em que com apenas atos prescritos o sistema social de uma organização se tornaria frágil. Além disso, a

definição de Organ (1988) guarda poucas diferenças quando comparada às definições de Bateman e Organ (1983), e Smith et al. (1983).

Para compor o conceito de CCO, Organ (1988) também afirmou que a manifestação destes não estaria relacionada à falta de recompensas por parte da organização, mas sim, que estes retornos não seriam contratualmente garantidos. Outro ponto da definição é que nem todas as instâncias de CCO estão expressamente envolvidas na modificação dos resultados organizacionais. Da mesma forma, a própria efetividade organizacional não é fácil de ser demonstrada em termos práticos e nem toda instância individual do CCO faria diferença nos resultados organizacionais.

A definição sobre CCO de Organ (1988) propiciaram críticas ao construto e suas formas usuais de medidas. Morrison (1994) assinalou a existência de dificuldades para discernir o que é ou não comportamento discricionário dentro das organizações, já que muitos comportamentos de cidadania descritos por Organ (1988) foram apontados pelos trabalhadores como sendo parte dos requisitos do papel e identificados como comportamento intra-papel. George e Brief (1992), também apontaram a dificuldade de definir o que é ou não recompensado dentro da organização e nas relações que nelas são estabelecidas. Esses autores ainda criticam o trabalho de Organ por não concordarem com as dimensões de cidadania organizacional definidas por este autor (altruísmo, conscienciosidade, esportividade, cortesia e virtudes cívicas), já que elas não abarcam as classes definidas por Katz e Kahn (1978). Organ (1997), refletindo sobre os resultados empíricos e as críticas dirigidas ao seu conceito de cidadania organizacional, assinalou a necessidade de redefinir o construto e mudar a visão de cidadania como comportamento discricionário - até então vigente na literatura - passando a entendê-la como desempenho contextual (Borman & Motowidlo, 1993, 1997).

Borman e Motowidlo (1993) baseando-se em trabalhos teóricos e empíricos sobre comportamentos de cidadania organizacional de Organ (1988), o comportamento organizacional pró-social (Brief & Motowidlo, 1986), os modelos de eficácia de empregados (Borman, Motowidlo, & Hanser, 1983) e os modelos de eficácia da gestão (Borman & Brush, 1993), identificaram cinco categorias de desempenho contextual, a saber: a) voluntariamente realizar atividades da tarefa que não são formalmente parte do trabalho; b) persistir com entusiasmo e aplicação quando necessário para completar a tarefa com sucesso; c) ajudar e cooperar com os outros; d) seguir regras e procedimentos organizacionais, mesmo quando é pessoalmente inconveniente; e e) aprovar e apoiar os objetivos organizacionais. Organ

(1997) apontou a semelhança entre as classes de CCO's existentes na literatura (altruísmo, obediência, esportividade, cortesia e virtude cívica) com as de Borman e Motowidlo (1993).

A maioria das pesquisas de CCO, como vistas até o momento, possuem bases teóricas na psicologia social e nos estudos sobre comportamentos pró-sociais. Diferentes destes pesquisadores, Graham (1986, 1991) aproximou o conceito de cidadania organizacional ao da filosofia política, por esta possuir os conceitos originais de cidadania e ser uma base teórica alternativa e enriquecedora para estudar este tema nas organizações. Para o autor, comportamentos de cidadania organizacional são aqueles que envolvem a participação responsável do indivíduo na política da organização, nomeado em sua obra como comportamento de virtude cívica (CVC). Os CVC's exigem iniciativa e participação ativa dos indivíduos e são essenciais para a eficácia organizacional. Além disso, o indivíduo que se engaja em virtude cívica desenvolve habilidades e hábitos que podem beneficiar outros indivíduos e a sociedade em geral.

A filosofia política contribuiu para o conceito de cidadania de Graham ao enfatizar dois tipos de comportamentos responsáveis: coletar informações e exercer influência. Estes comportamentos contêm tanto aspectos desafiadores, tais como defender novas ideias e incentivar os outros a falarem (Graham, 1986; Van Dyne, Graham, & Dienesch, 1994), quanto os chamados comportamentos incontestados, como estar informado sobre a organização, participar de reuniões e apoiar as mudanças. Ambas as formas de comportamento são tidas como aspectos importantes da participação responsável do sujeito na organização.

A perspectiva de Van Dyne et al. (1995) e os comportamentos responsáveis da filosofia política, são incorporados no trabalho de Graham e Van Dyne (2006) para conceituar os comportamentos de virtude cívica (CVC) como uma forma de comportamento descrito como comportamentos que buscam reunir informações para munir o indivíduo de conhecimento sobre os eventos e problemas que podem prejudicar a organização e seu grupo de trabalho. Os estudos empíricos de Van Dyne et al. (1994) e Moorman e Blakely (1995) se aproximam da definição de CCO elaborada por Graham (1986, 1991) e o estudo de Van Dyne e LePine (1998) já apresenta algumas características da união entre filosofia política de Graham (1991) com a perspectiva de Van Dyne et al. (1995).

Organ (1997) concorda com a afirmação feita por Van Dyne et al. (1995) de que comportamentos desafiadores podem contribuir e são necessários para a vida organizacional. Porém, o autor afirma que, embora estes comportamentos sejam apropriados, eles podem vir a causar situações de conflito na equipe, pois podem afetar os

contextos sociais e psicológicos que dão suporte a uma tarefa. Dessa forma, mesmo com a presença da classe de comportamentos de virtude cívica, na qual Organ (1988) define como sendo o comportamento no qual o indivíduo é responsável, participa e se preocupa com a vida da organização, ele não adere ao acréscimo feito por Van Dyne et al. (1995) e utilizado em trabalhos como os de Graham e Van Dyne (2006).

Com isso, Graham e Van Dyne (2006) levantam questões sobre a dimensionalidade do construto cidadania, devido à existência de muitos trabalhos publicados sobre CCO conter em suas dimensões o conceito de virtude cívica apenas como sendo os comportamentos incontestados, como os de se manter informado e participar das reuniões, não levando em consideração o fator de mudança associado à definição de virtude cívica. Além das controvérsias apresentadas, há questões adicionais que surgem da relação do conceito de CCO com outros conceitos sobrepostos e que muitos autores usam como sinônimos de cidadania organizacional, por isso optou-se por definir estes conceitos e pontuar sua inserção no campo dos estudos dos comportamentos de cidadania organizacional.

Além das definições de cidadania de Bateman e Organ (1983), Smith et al. (1983) e Organ (1988, 1990), foram identificadas na literatura definições de CCO que utilizam termos diferentes para explicar tais comportamentos, como exemplo o uso do termo performance contextual, por Borman e Motowidlo (1993), e o termo virtude cívica, de Graham (1991) e Graham e Van Dyne (2006). Além destes, verifica-se a existência de outros conceitos que são sobrepostos e que muitos autores usam como sinônimos de cidadania organizacional. Com isso, faz-se necessário apresentar a definição destes conceitos e pontuar sua inserção no campo dos estudos dos comportamentos de cidadania organizacional.

As modalidades de ações que se assemelham ao construto cidadania organizacional são: os conceitos de comportamentos organizacionais pró-sociais, de Brief e Motowidlo (1986); os comportamentos extra-papel, de Pearce e Gregersen (1991) e a espontaneidade organizacional, de George e Brief (1992). Tais modalidades são identificadas na literatura como conceitos similares ao CCO. Ao realizar uma revisão das publicações sobre estes conceitos, Podsakoff, MacKenzie, Paine e Bachrach (2000) identificaram que o interesse por estes temas, assim como pelo estudo do CCO como virtude cívica e performance contextual, aumentou na década de 1990 e que suas publicações tornaram-se mais frequentes que as publicações de cidadania organizacional neste período.

O início da utilização da expressão comportamentos pró-sociais pode ser encontrado nos estudos de Brief e Motowidlo (1986), para descrever qualquer comportamento emitido

no ambiente organizacional que tenha como o objetivo melhorar o bem-estar do indivíduo ou grupo aos quais o comportamento é direcionado. Tal comportamento não é restrito a ter relevância específica ou direta para a organização. Pode incluir, por exemplo, a ajuda a um colega de trabalho com um problema pessoal, desde que ocorra no ambiente organizacional, bem como não exclui gestos pró-sociais que podem fazer parte da descrição do trabalho (Organ et al., 2006).

Para Siqueira et al. (2001), o termo comportamentos organizacionais pró-sociais (CPS) foi utilizado por Brief e Motowidlo (1986), com o objetivo de denominar os atos sociais positivos de trabalho, os quais seriam responsáveis por produzir e manter o bem-estar e a integridade de uma pessoa, grupo ou organização. Estes atos poderiam ser ou não previstos pelo papel funcional, ou pela recompensa dada pelo sistema. George e Brief (1992) criticam este modelo de conduta, pois acreditam que comportamentos pró-sociais na organização podem beneficiar um colega, supervisor ou até mesmo um grupo.

Entretanto, estes atos não garantem os benefícios ao sistema e podem dificultar o alcance de metas organizacionais, o que não seriam considerados como atos de um cidadão organizacional. George e Brief (1992), ao criticarem os comportamentos organizacionais pró-sociais e o conceito de cidadania organizacional de Organ (1988, 1990), introduzem o termo espontaneidade organizacional para se referir a um tipo específico de padrão de comportamento. Este termo ganha interpretação a partir da linguagem usada por Katz (1964), sobre comportamentos inovadores espontâneos que promovem a efetividade organizacional. Na prática, o termo segue a taxonomia oferecida por Katz.

Dessa forma, comportamentos de espontaneidade organizacional são aqueles relacionados a tais classes de ações: cooperar com os outros, proteger a organização, dar sugestões construtivas, auto-desenvolver e oferecer uma perspectiva favorável da organização para as pessoas de fora. Mesmo não possuindo uma medida para o conceito de espontaneidade, George e Brief (1992) construíram um modelo preditivo, tendo o ânimo positivo como principal antecedente de condutas de espontaneidade, já que no modelo proposto pelos autores para a espontaneidade organizacional, o estado de ânimo no trabalho ocupa um lugar de destaque entre seus antecedentes. Segundo os autores, o ânimo positivo do trabalhador aumentaria a emissão de gestos de ajuda, promoveria a cooperação entre os colegas e estimularia o trabalhador a proteger o sistema e se sentir bem após estes atos. Além disso, aumentaria a criatividade e, em consequência, a emissão de sugestões, levaria o trabalhador a se auto-preparar para o trabalho e difundir a imagem da organização. O

ânimo positivo seria responsável por colocar em prática as classes de comportamentos de Katz e Kahn (1978).

Para Organ et al. (2006), a importância do estudo de George e Brief (1992) foi construir com sucesso um trabalho que referencia a importância do afeto positivo ou do humor como determinantes do CCO. Assim como na performance contextual, os comportamentos específicos que operacionalmente definem espontaneidade organizacional, aparecem mais do que aqueles que definem CCO. Do mesmo modo, na performance contextual os pressupostos não restritivos são feitos sob a hipótese de que os comportamentos particulares possam ir ou não além da descrição do trabalho ou não devam ser contratualmente recompensados.

Katz e Kahn (1966) utilizaram o termo comportamento extra-papel para descrever as ações que seriam diferentes das tarefas prescritas ou intra-papel. Tais ações seriam essenciais para a vida da organização, pois enfatizam a proatividade e a proteção de recursos organizacionais.

Foi com base nesta perspectiva e nos estudos teóricos de Organ (1988) e Organ e Konovsky (1989), que Pearce e Gregersen (1991) desenvolveram suas pesquisas sobre os comportamentos extra-papel. Para sustentar esta definição, Pearce e Gregersen argumentaram que, diferentemente dos comportamentos extra-papel, os comportamentos intra-papel são ordenados pela organização, e não explicariam os estados cognitivos e afetivos individuais envolvidos em grande parte da variabilidade dos comportamentos dos trabalhadores no ambiente organizacional. Isto motivou os autores a buscar explicações sobre o porquê dos indivíduos praticarem comportamentos além dos prescritos na descrição do cargo ou, simplesmente, os CCO. Com isso, em seus estudos, Pearce e Gregersen (1991) utilizaram o termo extra-papel como similar aos comportamentos de cidadania organizacional e são um exemplo de como este termo é usado de forma sobreposta nos estudos de CCO.

Podsakoff et al. (2000) realizaram uma comparação entre os conceitos teóricos de comportamentos de cidadania organizacional (Organ, 1988), comportamento organizacional pró-social (Brief & Motowidlo, 1986), comportamento cívico organizacional (Graham, 1991), a espontaneidade organizacional (George & Brief, 1992), e desempenho contextual (Borman & Motowidlo, 1993) e sugeriram que há algumas diferenças importantes entre essas construções, embora não seja incomum ver essas diferenças encobertas, se não completamente ignoradas nas teorias. Como resultado da ampliação de tais estudos sobre

CCO e outras formas de comportamento extra-papel, Podsakoff et al. (2000) apontam para a confusão teórica entre essas noções, ocorrendo por vezes sobreposições conceituais entre alguns destes construtos.

Empiricamente, os comportamentos de cidadania organizacional foram classicamente definidos por Mowday, Steers e Porter (1982) como componentes do comprometimento organizacional. Além disso, vários descritores da Escala de Intenções Comportamentais de Comprometimento Organizacional, desenvolvida e validada por Menezes (2009), coadunam-se com o fator geral descrito na literatura sobre cidadania organizacional, correspondente à proatividade organizacional (posturas de participação, empenho extra, defesa da organização e melhoria no desempenho).

Podsakoff et al. (2000) afirmam que o perigo em não identificar as semelhanças e diferenças nessas construções é que o mesmo construto pode não apresentar a mesma interpretação para diferentes pessoas. Por outro lado, a literatura também indica que, em um número de ocasiões, a mesma ideia ou conceito tem recebido rótulos diferentes entre pesquisadores. Desta prática decorre a dificuldade de ver os padrões globais que existem na pesquisa produzida no campo.

Tipos de CCO

O **Comportamento de Cidadania Organizacional (CCO)** é um termo utilizado para caracterizar aquelas ações positivas que os colaboradores realizam no contexto de trabalho e que não estão prescritas em suas funções, assim como não são recompensadas por um sistema formal de gratificações. Como acontece na sociedade de modo geral, o “comportamento cidadão” é manifestado de maneira voluntária, trazendo benefícios às pessoas envolvidas, então, no caso das organizações, o CCO traz resultados positivos tanto aos colaboradores, como também, para a organização como um todo.

Vejamos quais são os tipos de CCO que poderão ser manifestados pelos membros de uma organização:

Altruísmo

Este comportamento ocorre quando um colaborador auxilia outro sem esperar nada em troca. Exemplo: oferece-se para ajudar a limpar a cantina após um evento interno da empresa.

Cortesia

Caracteriza-se como aqueles comportamentos tidos como atenciosos e educados para com os colegas de trabalho. Exemplos: dizer “bom dia, boa tarde” ou perguntar a um colega como foram suas férias, como estão seus filhos, como está indo um projeto em que estão trabalhando.

Esportividade

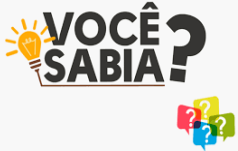
Capacidade de lidar com situações que não saem como o planejado ou habilidade para lidar com surpresas negativas. Exemplo: um colaborador assumir temporariamente as tarefas de um membro da equipe que quebrou um braço e ficará em licença médica por algumas semanas.

Conscienciosidade

Envolve autocontrole e disciplina que vai além de chegar no horário, cumprir prazos. Exemplos: planejar com antecedência as férias para que os colegas não se afoguem em uma grande carga de trabalho.

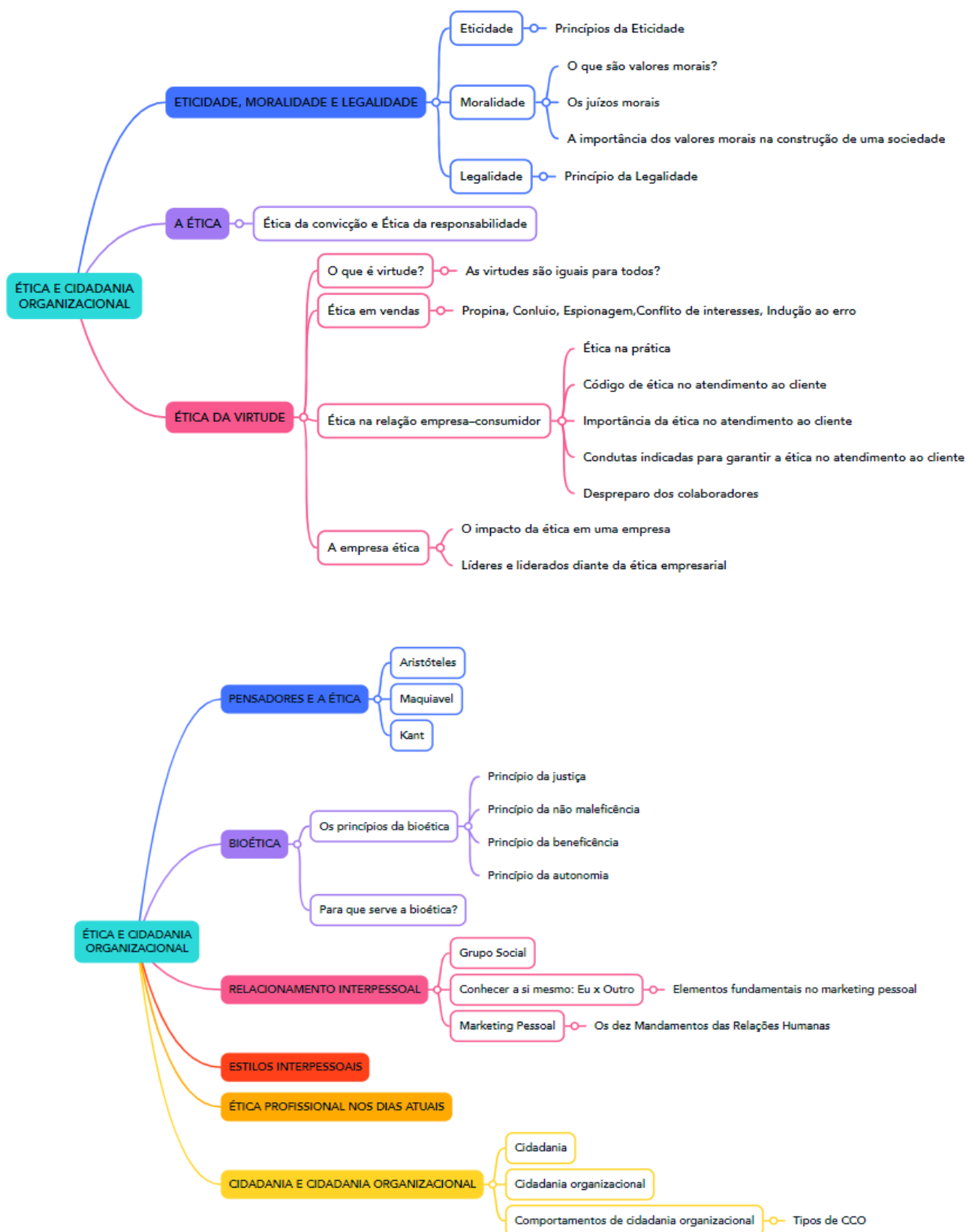
Virtude cívica

É a maneira como o colaborador representa e apoia a organização para a qual trabalha. Exemplos: o colaborador defende a organização quando amigos e familiares falam mal. Também pode se caracterizar por elogios que o colaborador expõe e o orgulho que demonstra em trabalhar naquela organização.

	VOCÊ SABIA? <i>Benefícios com o CCO</i> Ao se compreender o que significa Comportamento de Cidadania Organizacional (CCO) e quais seus tipos, é possível que a organização desenvolva atividades e processos que potencializam tais ações, pois quando se investe no desenvolvimento dos CCO, surgem benefícios como: ✓ Aumento nos níveis de significância do trabalho das pessoas; ✓ Potencializa o desempenho e produtividade do colaborador; ✓ Melhora os níveis de interações sociais entre os colaboradores; ✓ Reduz o estresse; ✓ Cria um senso de comunidade entre os colaboradores.
---	--

Sessões Especiais

MAPA DE ESTUDO



SÍNTESE DIRETA

- Vimos que cada vez mais o mundo corporativo está voltado para a Ética, buscando com isto, vantagens competitivas e condução no mundo dos negócios. Com clientes cada vez mais exigentes, as empresas necessitam estar cada vez mais atualizadas e voltadas a estas exigências simples de mercado: transparência, clareza e honestidade para com o cliente e com a comunidade. Por isso, as empresas estão em um ritmo acelerado de reestruturação, estudando e implantando sua missão, visão e valores, e abrindo a todos, como que elas buscam chegar ao sucesso, da forma mais clara e honesta possível. É claro que os princípios éticos de cada empresa são diferentes, o que pode ser ético para uma, pode não ser para outra, gerando também conflitos entre o que é certo ou errado. Portanto, o que se sabe é que se faz necessário uma atenção redobrada das empresas na implementação de suas normas de condutas, estando sempre atentas ao que elas realmente buscam e de olho sempre naquilo que o mercado está esperando e oferecendo, para que assim, alcancem vantagens competitivas e sucesso no decorrer de sua existência, sem passar por cima daquilo que realmente acreditam ser o correto. Vale ressaltar ainda, que a elaboração de um código ético ou de padrões éticos definidos pelas organizações, é de suma importância, para que as mesmas consigam se manter neste mercado competitivo, sendo transparentes, claras e com o objetivo de melhorar ainda mais a relação entre empresa e clientes. Todos estarão enxergando onde a empresa pretende chegar e de que forma está trabalhando para isso.
- Vimos também, que a ética é um assunto muito relevante para todo o meio empresarial e para os indivíduos que o compõe, pois essa palavra é fruto das relações humanas. Em seu sentido mais abrangente, a ética é o conjunto de valores e da moral que conduzem o indivíduo a tomar uma determinada decisão. É a ciência da conduta, a teoria do comportamento moral dos homens na sociedade. A questão ética nas organizações passa pela compreensão de sua cultura organizacional. Caminhos formais e informais são considerados referências de comportamento que vem com um verdadeiro guia para ações e atitudes dentro de uma empresa.
- Diante de tudo que vimos, algumas perguntas devem ser consideradas, respondidas e refletidas: quais são os valores e crenças que regem essa organização? E como são resolvidos os assuntos de seu dia a dia? A prática da ética nas empresas leva a uma definição de padrões de comportamentos, normas que são verdadeiras bússolas para

uma correta conduta de tudo o que ocorre; devemos buscar sempre responder às seguintes perguntas: Eu quero? Eu posso? Eu devo? E se alguma das respostas for negativa, repense antes de tomar qualquer decisão. Devemos oferecer qualidade, alto padrão de atendimento, produtos e serviços que se tornem soluções e assim superem as necessidades atuais e futuras de nossos clientes; devemos buscar a excelência, o melhor, mas sempre pautados na ética, valorizando as pessoas e transformando os relacionamentos. Devemos também priorizar um contato próximo e contínuo com os nossos clientes, colaboradores e parceiros, trabalhando com honestidade, integridade, humildade, sempre compromissados com a verdade. Atender as necessidades e desejos de nossos clientes através desses princípios se tornou algo indispensável para oferecer alternativas de valor que auferam resultados significativos a curto, médio e longo prazos. A permanência de uma empresa em determinado mercado, independentemente de seu porte, passa sem dúvida alguma por esse caminho. A ética traz harmonia, bem-estar e equilíbrio dos interesses individuais e institucionais. Melhora a imagem da empresa e a sua credibilidade no mercado; melhora a qualidade, os resultados e fortalece as relações empresariais em âmbito externo e interno; melhora a qualidade de vida de todos pelo alto grau de motivação que os envolve. Reflita sobre isso e coloque em prática ou até mesmo cultive mais intensamente esses princípios em sua vida profissional e também pessoal. Os resultados serão imediatos.

- Ainda sobre a ética, não podemos deixar de destacar que ela é um elemento muito importante nos ambientes em que haja contato social. No ambiente profissional e nas relações interpessoais, a ética tem papel primordial como elemento que assegura a boa e justa relação entre as partes, pois a ética age no consciente do indivíduo, consequentemente agindo sobre sua conduta nas relações. O agir ético deve ser sempre praticado nos ambientes de relações, sobretudo nos ambientes de contato profissional e nas relações interpessoais, promovendo a saúde dessas relações e a boa ação no contato social dos indivíduos. É necessário o estudo da ética e o ensino da mesma, em organizações que trabalham com relações entre pessoas, seja ela de qual natureza for, a fim de promover a boa relação e a conduta correta nas relações profissionais de cada indivíduo. O ambiente profissional cobra o contato com a sociedade e assim, agindo de forma ética, podemos ter menos problemas relacionados à má fé nas relações interpessoais.

MOMENTO QUIZ**1. Sobre moralidade, ética e virtude, é CORRETO afirmar:**

- a) Moralidade e ética têm o mesmo significado, ou seja, a mesma definição, ambas estão relacionadas ao comportamento humano, cujas ações são resultados de ser ou não ser uma pessoa virtuosa.
- b) A moral é um comportamento ético individual racionalizado. A ética representa os hábitos e costumes de uma sociedade. Já a virtude, se trata de um traço de caráter manifestado no agir habitual de uma pessoa.
- c) A moralidade engloba uma visão mais humana e concreta dos princípios sociais (vivenciar, na prática, o respeito e o amor ao próximo). A ética é um comportamento moral individual racionalizado, uma espécie de filosofia da moral. Já a virtude é um traço de caráter manifestado no agir habitual, em que o “habitual” é importante (a virtude, a honestidade, por exemplo, não é possuída por alguém que diz a verdade apenas ocasionalmente ou quando isso lhe é vantajoso, a pessoa honesta é naturalmente veraz; as suas ações “brotam de um caráter firme e inabalável”).
- d) A moral representa os hábitos e costumes de uma pessoa. A ética é um comportamento moral social racionalizado. Já a virtude, se trata de um traço de caráter manifestado no agir esporádico de uma pessoa.

2. Esta situação fica caracterizada quando uma negociação é conduzida de forma a beneficiar o vendedor, mas não a empresa em que trabalha. A meta de vendas é atingida, a comissão é garantida, mas a rentabilidade do negócio fica comprometida.

- a) Conluio.
- b) Propina.
- c) Espionagem.
- d) Conflito de interesses.

3. A ideia central desse princípio é de que todos têm capacidade e liberdade de tomar suas próprias decisões. Assim, qualquer tipo de procedimento a ser realizado no corpo de um indivíduo e/ou que tenha relação com a sua vida, deve ser autorizado por ele. Estamos falando de qual princípio?

- a) Princípio da Maleficência.
- b) Princípio da beneficência.
- c) Princípio da autonomia.
- d) Princípio da justiça.

4. Qual a diferença entre relacionamento intrapessoal e relacionamento interpessoal.

- a) O relacionamento intrapessoal ocorre quando se estabelece um relacionamento entre duas ou mais pessoas e o relacionamento interpessoal ocorre quando você estabelece um diálogo consigo mesmo ou uma comunicação interior.
- b) A diferença está apenas na escrita, pois ambos os relacionamentos possuem a mesma definição.
- c) O relacionamento intrapessoal ocorre quando você estabelece um diálogo consigo mesmo ou com um grupo de pessoas e o relacionamento interpessoal ocorre quando se estabelece um relacionamento entre apenas duas pessoas.
- d) O relacionamento intrapessoal ocorre quando você estabelece um diálogo consigo mesmo ou uma comunicação interior, e o relacionamento interpessoal ocorre quando se estabelece um relacionamento entre duas ou mais pessoas.

5. Como pode ser definido um grupo social?

- a) É a reunião de duas ou mais pessoas que trocam ideias, sentimentos ou ações, tendo os objetivos comuns com interação.
- b) É a reunião de duas ou mais pessoas que trocam ideias, sentimentos ou ações, tendo os objetivos comuns sem interação.
- c) É a reunião de no máximo duas ou três pessoas que trocam ideias, sentimentos ou ações, tendo os objetivos comuns com interação.
- d) É a reunião de duas ou mais pessoas que trocam ideias, sentimentos ou ações, tendo os objetivos diferentes sem interação.

Gabarito

QUESTÃO	ALTERNATIVA
1	C
2	D
3	C
4	D
5	A

Referências

ALMEIDA, Filipe Jorge Ribeiro de. Ética e desempenho social das organizações: um modelo teórico de análise dos fatores culturais e contextuais. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 11, n. 3, p. 105-125, setembro 2007.

MURGEL, Deborah Orsi; SILVA, João da Cruz Oliveira da; NEVES, José Manoel Souza das. A ética nos negócios como diferencial competitivo.

ARRUDA, Maria C. C.; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodrigues. Fundamentos de ética empresarial e econômica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATOS, Francisco Gomes de. Ética na gestão empresarial. São Paulo: Saraiva, 2007. PASSOS, Elizabete. Ética nas organizações. São Paulo: Atlas, 2004.

PENA, Roberto P.; CASTRO, Paula Pessoa de. Ética nos negócios: condições, desafios e riscos. São Paulo: Atlas, 2010.

FEITOSA, M. R.; MÁXIMO, A. L. P. A influência do relacionamento interpessoal no ambiente de trabalho: um estudo bibliográfico. 2012.

BRITO, F. S; Estilos interpessoais e participação em redes sociais em diferentes ambientes de trabalho; 2012. UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA – UFBA.



OBRIGADO!
CONTINUE ESTUDANDO.