

Personalidade Acadêmica Homenageada:
Roberto Senise Lisboa (In memoriam)

ÉTICA E CIDADANIA SÓCIO-EMPRESARIAL: GERAÇÃO DE ENERGIA NO ESTADO DO PARANÁ

GISELE MOREIRA

HÉLIO LUCAS MARQUES

Acadêmico do curso de Direito – Centro Universitário Curitiba - UNICURITIBA. Curitiba – PR.

RESUMO

Tendo como alvo atingir um nível econômico estável, o Estado do Paraná está tendo uma grande força devido aos investimentos dados em vários setores da região. Temos o setor da construção civil que está sendo fortemente desenvolvido por conta da Copa do Mundo de Futebol 2014 e que com esse forte investimento gera grande demanda de empregos. Há então grande demanda de mão-de-obra especializada, principalmente na engenharia está sendo remunerado fortemente, com mais de 20,000 empregos gerados desde 2010. Também, o setor de energia tem tido grande investimento por conta da LACTEC que está desenvolvendo novas tecnologias (energia renovável e energia “limpa”) com a Copel. Diante da crescente busca por fontes de energia renováveis, a biomassa mostrou-se particularmente promissora no Brasil, resultando em um aumento de 14,5% na participação dessa fonte na matriz elétrica nacional, de 2012 a 2013 (EPE, 2014) . Em relação a outros países, o Brasil tem um alto potencial para explorar biomassa residual da colheita de culturas anuais para produção de energia, graças ao grande volume de produção de biomassa produzida (Lora & Andrade, 2009; Valdez-Vasquez et al., 2010; Okello et al., 2013), que se torna importante, principalmente em períodos de baixo fluxo de usinas hidrelétricas. Nesta pesquisa será discutido especificamente acerca da ética

Personalidade Acadêmica Homenageada:
Roberto Senise Lisboa (In memoriam)

e cidadania socioempresarial, sobretudo no que diz respeito à Geração de energia no Estado do Paraná. Para isso, contextualiza-se alguns aspectos referentes à petica, moral e responsabilidade social das organizações empresarias. A ética e a moral estão baseadas nos princípios que se estabelece coletivamente, que conservam as relações humanas, visam o bem coletivo, se impõe a conduta dos indivíduos nos hábitos, costumes, valores e sentimentos coletivos. A ética, como sinônimo de moral, traz o dever de obedecer e cumprir um uma norma preestabelecida a partir dos princípios de uma determinada cultura, religião, costumes, etc. É o cumprimento dos deveres. Do ponto de vista de filosofia moral, há uma conduta reflexiva, um julgamento à norma estabelecida, visa se é pertinente e justa, há um questionamento que leva a mudança. A ética é a condição para a mudança, a crítica propicia esta mudança, pode ser de natureza coletiva, mas se origina e se assenta na dimensão individual. É a busca do entendimento da moral. Avaliar o que consistem em os deveres. Refletir porque são assim e não de outra forma. A quem eles servem, quem os elaborou, bem como, na validade do julgamento. O sujeito da moral apenas observa e cumpri. Parte do pressuposto que ser moral significa cumprir as regras. O indivíduo que exerce a cidadania atua no sentido de criar e exercer seus direitos, e faz julgamentos baseados nos princípios individuais, participa das transformações. A cidadania é o exercício da Filosofia Moral. Ser cidadão é mudar princípios que regem a nossa vida. É agir julgando buscar que os direitos sejam criados ou exercidos. Entende-se que uma empresa com responsabilidade social empresarial, não se preocupa apenas com os lucros. Envolve-se e tem responsabilidade ética perante a comunidade, o meio ambiente e o governo, obedece com rigor os valores morais, os negócios são realizados considerando toda a cadeia de produção e o impacto gerado na sociedade. Atualmente, é imprescindível para as empresas ser socialmente responsável nos negócios. Os stakeholders são todos os indivíduos que afetam ou são afetados pelo alcance dos objetivos da empresa como empregados, fornecedores, clientes, o governo, a sociedade e os próprios acionistas. A partir do momento que a empresa incorpora uma gestão baseada nos stakeholders, compreendemos que ela está disposta a lidar com os problemas criados pelos conflitos de interesses das diferentes partes e vai ter um planejamento estratégico, em que suas práticas visam beneficiar

Personalidade Acadêmica Homenageada:
Roberto Senise Lisboa (In memoriam)

todos os envolvidos. Na prática, todos ganham: o meio ambiente, a sociedade e a própria empresa, pois são criadas um bom relacionamento entre todos os envolvidos. A governança deve alinhar os interesses da empresa, dos acionistas, dos clientes, da sociedade, do governo, enfim de todos os envolvidos visando promover o desenvolvimento econômico e humano dos indivíduos, cumprir as leis, equacionado paralelamente à necessidade de obter lucro. A cultura empresarial dominante é antropocêntrica, ou seja, não tem preocupação fundamental com a ética. É absolutamente centrada no interesse privado, ou seja, visa o lucro. A gestão de empresa cidadã direciona a mudança de cultura organizacional, tendo em vista, a necessidade de discussão da responsabilidade social para além das organizações. As decisões não são apenas aplicadas ao meio de gestão da empresa, tem que ser pactuado com as outras partes, esta é a grande mudança de cultura, a empresa ouve as partes interessadas para direcionar as tomadas de decisões e alcançar os objetivos almejados pela responsabilidade social. Um conceito diferenciado, um novo caminho para as relações sociais, econômicas e políticas. As cartas de princípios e os códigos de ética são normas de condutas que aliadas aos modelos de gestão para responsabilidade social podem direcionar o caminho para a efetivação da ética empresarial e a gestão da empresa cidadã. A formalização dos objetivos da responsabilidade social é uma forma para a implementação de condutas para toda a organização assumir o compromisso com as diretrizes traçadas pela empresa. É importante ressaltar, que o comprometimento da alta gerência com a definição de padrão ético com estratégias empresariais que incluam a ecologia, a ética e a cidadania, devem ocorrer na prática, em suas rotinas, e não só na intenção do discurso. Os Dirigentes devem demonstrar que operam a partir do estabelecido no código de ética da empresa, tal atitude, servirá de modelo de comportamento aos funcionários, que certamente, saberão como os Gestores esperam que o eles se posicionem, ou seja, que estejam preparados para fazer diferenciações e decidir por valores fundamentados sob o prisma da ética nos negócios, fundamentadas pela empresa, levando em consideração a empresa, a comunidade e o próprio funcionário. A comunicação é uma importante ferramenta utilizada para divulgar o código de ética aos funcionários, fornecedores e clientes. Após a elaboração referido

Personalidade Acadêmica Homenageada:
Roberto Senise Lisboa (In memoriam)

código, da sua divulgação e ampla discussão para entendimento dos pares, deve ser providenciado uma auditoria das atividades contendo um relatório sobre as práticas empresariais, comparando as atuais práticas com as anteriores normas contidas no código de ética da empresa. Será um indicativo para avaliar e analisar o programa de responsabilidade social da empresa. Deverá ser guiada por valores pautados em alguns princípios de conduta, como por exemplo: a honestidades, responsabilidade, lealdade, busca da excelência, integridade, justiça, respeito e cidadania responsável que certamente contribuirá por meio de uma gestão participativa para obtenção de resultados. As corporações que priorizam a responsabilidade social devem elaborar um balanço quantitativo que permita realizar comparações históricas e identificar as melhores práticas adotadas. Será possível mensurar o estágio de responsabilidade social da empresa estabelecendo um planejamento que poderá ser instrumento de análise e monitoramento das práticas de responsabilidade social, visando revisões e adequação contínua à realidade. (Grau, 2012). Além de ser uma excelente forma de apresentar suas conquistas, contribui para o fortalecimento de imagem institucional, lembrando que a empresa também poderá obter facilidades para acesso a alguns financiamentos, pois há uma tendência destes fundos de investimentos atenderem especialmente empresas com modelo de gestão cidadã. A responsabilidade social deverá buscar uma forma para conciliar o desempenho econômico-financeiro e o desempenho socioambiental na avaliação do sucesso empresarial. Conciliar os interesses dos acionistas, agir na legalidade em cumprimento das bases sociais, ambientais e econômicas justas. Este impasse, se não for resolvido, poderá condenar a responsabilidade social a um modismo gerencial no mercado das ferramentas de gestão. (Velo, 2015) Apresente e analise as diferenças entre concepções “antropocêntrica” e “egocêntrica” da dinâmica empresarial e estabeleça correlação entre as condutas consumista e consumerista, também distinguindo estas noções. Na concepção antropocêntrica a empresa é o centro de tudo, e na visão egocêntrica a empresa se vê como parte do universo. A abordagem antropocêntrica visa maximização da riqueza dos acionistas ou proprietários. Suas principais premissas são mercantilização das relações sociais e do consumismo, competição e relação de apropriação da natureza pelo ser humano. Já a egocêntrica ressalta as relações

Personalidade Acadêmica Homenageada:
Roberto Senise Lisboa (In memoriam)

recíprocas entre o ser humano e a natureza, ressaltando que é a interdependência e o desempenho ecológico são as principais premissas desta concepção. A conduta consumerista vai além do consumo necessário, não se preocupa com a prática das ações éticas e legais. Age com indiferença ao processo de produção e suas consequências. Muitas vezes utiliza trabalho escravo e mão-de-obra infantil, por exemplo. Impõe interesses lucrativos em suas metas. A conduta consumerista realiza o consumo observando e entendendo os processos de produção e as devidas consequências. Consumismo poder ser definido como aquisição desmedida de produtos. Tem sua origem baseada no crescimento das indústrias da sociedade norte-americana, que desenvolveram a capacidade de produzir e fornecer abundantemente bens e serviços.

PALAVRAS-CHAVE: Iniciação, Científica, Simpósio, Trabalho.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida, **O contexto histórico na mudança do sentido e a agenda em expansão:** mantendo-se a visão crítica. Capítulo 3 - A mudança histórica do conceito de responsabilidade social e empresarial. SP, 2015.

ASHLEY, Patrícia Almeida; **Ética e responsabilidade social nos negócios**, 2 Ed. São Paulo: Saraiva, 2015 - vários autores - ISBN 978-85-02-05067-9.

CHAVES, Jorge Bezerra Lopes; ASHLEY, Patrícia Almeida; **Responsabilidade social empresarial:** a fundamentação na ética e na explicitação de princípios e valores. Capítulo 2 - Racionalidades para a ética empresarial e a gestão da empresa cidadã. SP, 2015.

CHAUI, Marilena. **Convite à Filosofia** - Unidade 8 - O Mundo da Prática - Capítulo 5 - A Filosofia Moral. SP, 2000

CLARO, Priscila Borin de Oliveira; Claro, Danny Pimentel; Amâncio, Robson; Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. **Revista de Administração** - São Paulo - v.3 n.4 - São Paulo - out/dez 2008.

DINIZ, Maria Helena. Importância da função social da empresa. **Revista Jurídica - UNICURITIBA**, v. 2, n. 51, p. 387 - 412, abr. 2018.

Personalidade Acadêmica Homenageada:
Roberto Senise Lisboa (In memoriam)

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**. São Paulo. Martins, 2004;

FURTADO, Celso. **Formação Econômica do Brasil**. São Paulo. Companhia das Letras. 2004

GRAU, Eros Roberto. **A Ordem Econômica na Constituição de 1988**. 15ª Ed. São Paulo. Malheiros Editores. 2012.

IHERING, Von. **A luta pelo direito**. Rio de Janeiro. Forense, 1995.

KRUGMAN, Paul. **Internacionalização pop**. São Paulo. Campos, 1999.

LANNES, Yuri Nathan da Costa. Ética empresarial e função social business ethics and social function of the company. **Revista Jurídica -UNICURITIBA**, v. 3, n. 36, p. 177-193, dez. 2014.

LANNI, Octavio; RESENDE, Paulo-Edgar A; DOWBOR, Ladislau. **Desafios da Globalização**. 2ª Edição. Petrópolis. Vozes, 2002

SARLET, Ingo Wolfgang. **Dignidade da Pessoa Humana e Direitos Fundamentais na Constituição de 1988**. Porto Alegre. Livraria do Advogado, 2012.

VELOSO, Letícia Helena Medeiros; Responsabilidade social empresarial: a fundamentação na ética e na explicitação de princípios e valores. Capítulo 1 - **Ética, valores e cultura**: especificidades do conceito de responsabilidade social e corporativa. SP, 2015.