

A sustentável leveza da ética

Admirável Mundo Novo. Que belos tempos vivemos! Nunca tivemos tanto acesso a informações, anúncios de melhorias na qualidade de vida, produtos tecnológicos inimagináveis, que buscam satisfazer a todas as nossas necessidades, descobertas científicas que implicam uma vida com mais saúde, mais longevidade, com menos dor (aparentemente). Do ponto de vista social, há significativas conquistas, graças a movimentos sociais importantes, como o feminista, ou à ascensão de representantes das ditas minorias ao poder, buscando alterar as relações de força. Mas, ao mesmo tempo, estamos enfrentando desafios também de ordem global. Chegamos a situações únicas no que diz respeito à existência da própria humanidade. De um saldo da própria atividade humana, temos consequências diretas como as alterações climáticas e o esgotamento de recursos. É a chamada sustentabilidade do nosso planeta.

Neste número de *Organicom*, chegamos a um tema muito importante e caro à Comunicação Organizacional e às Relações Públicas: a ética. Há algo interessante (ou até trágico) sobre justiça, valores e a ética. Sempre se busca o seu resgate dando o tom de que, socialmente, nunca a tivemos, ou vivemos em falta. Hoje, essa falta ou dívida se assoma, concretamente, com riscos reais para a natureza, da qual sempre dependemos e sobre cujo controle sempre nos iludimos. Os grandes filósofos e suas investigações sobre ética já partiam dessa sociedade “desequilibrada”, pautada na ganância, no luxo, no desperdício. A ética, então, é a busca do equilíbrio perdido, um dia existente. Para Platão, por exemplo, a cidade (*pólis*) deveria ser mais simples (sustentável?). Bons e longos tempos nos separam. Mas parece que as questões são as mesmas. Diríamos que bem mais complexas.

Ao longo desse tempo, fomos construindo significações. São várias as construções éticas e que passam por diversas lentes e projeções, que vão da racionalidade pura às percepções mais religiosas. Se já no tempo de Platão se apontava o desequilíbrio, correremos até o risco de dizer que vivemos em um mundo pior. Há mudanças reais em vários campos, principalmente no mundo do trabalho, onde se dá grande parte de nossas relações e onde também se costuma conferir sentimentos sociais como a nobreza, a importância como ser humano, a definição do caráter. E, há alguns anos, seja por ocasião da globalização, da tecnologia ou diretamente por causa da busca de lucros, eficiência e produtividade, vivemos grandes transformações nesses valores e na própria forma do trabalho.

As relações deixam de ser lineares, temporais, para serem redefinidas, construídas e reconstruídas em *downsizings*, trabalho em grupo, atuação autônoma e proativa. Portanto, novas sociabilidades. Por exemplo, o que conhecíamos como carreira já não existe mais,

pelo menos da forma que nossos pais conheceram. E, em tempos de crise, até o Dilbert, o personagem da famosa tira de mesmo nome sobre as idiossincrasias do mundo corporativo, é demitido e passa a vivenciar o mundo do trabalho “flexível”.

Tudo isso nos aponta para novos modos de viver. E nos vemos, de repente, em crises. Há quem diga que são os velhos valores que foram perdidos. Há ainda quem clame que, além de destruir os velhos valores, não colocamos outros no lugar. Ou ainda quem defenda que não há nada de errado e, há, sim, novas atuações importantes e que precisam ser reconhecidas, tais como o movimento feminista e o das minorias. Só estaríamos apegados a velhas formas do viver (e, principalmente, da produção).

O sociólogo norte-americano Richard Sennett aponta o que chama de “corrosão do caráter”, pelas modificações das relações de trabalho. No livro de mesmo nome, o autor nos traz importantes reflexões sobre essa nova “centralidade”, que também dá o desafio de se pensar a ética hoje em dia. “Como decidimos o que tem valor duradouro em nós numa sociedade impaciente, que se concentra no momento imediato? Como se podem buscar metas de longo prazo numa economia dedicada ao curto prazo? Como se podem manter lealdades e compromissos mútuos em instituições que vivem se desfazendo ou sendo continuamente reprojatadas? Estas são as questões sobre o caráter impostas pelo novo capitalismo flexível.”

Essas são perguntas que se somam a velhas conhecidas de como devemos viver ou de como devemos atuar, já feitas há mais de dois mil anos. Os desafios são muitos. O próprio Sennett traz sinais de que há um grande novo mundo por se fazer. O sociólogo, com base no pensamento do filósofo renascentista Pico della Mirandola, reflete que, em vez de manter o mundo como o herdamos, temos de moldá-lo de novo. “Nossa dignidade depende de fazer isso... a virtude de impor uma forma à nossa experiência continua uma maneira fundamental de definir alguém que tenha um caráter forte”, afirma.

A Comunicação está imbricada nessa revolução, tanto como meio, quanto como agente direto. Tanto no papel de empresa, como no de atividade. Isso fica constatado ao longo desse número de *Organicom*. Nos autores aqui reunidos, vemos uma diversidade de vertentes sobre o tema que vão da ética nas relações trabalhistas à própria construção e discussão do conceito, seu desempenho e incorporação nas relações, no dia-a-dia, além de um tema incorporado recentemente ao campo, mas que cada vez mais se desenvolve e toma novas dimensões, o da responsabilidade social empresarial.

Um olhar especial vem sendo dado ao tema. De mera assistência e caridade, a responsabilidade social passa a ter análises críticas, ao mesmo tempo que muito construtivas, em busca de um bem social e não somente voltado para o benefício das próprias empresas. É preciso considerar a dimensão das organizações corporativas. Muitos de seus atos atingem a sociedade como um todo e não apenas seus “stakeholders”, seus próprios empregados e os clientes consumidores de seus produtos. Em tempos de evocações ambientais, estamos todos juntos no mesmo barco.

A questão da transformação ética e da responsabilidade social em produto ou estratégia mercadológica é também central. O grande mote sempre trazido como elemento de acusação é que, muitas vezes, o valor da divulgação das ações suplanta o custo das próprias

ações. Ou, então, no banco dos réus, ouve-se a tese de sua própria descartabilidade. Um simples exemplo: uma caneta feita de materiais ditos sustentáveis, porém que dura muito menos que um caneta normal. O perigo é se tomar apenas o discurso, em vez de considerar o benefício real da ação como o que mais importa. A convivência do próprio público com a possibilidade de tomar comum essa postura, como moeda de troca, também assusta. Muitas empresas e cidadãos vêem como direito de contrapartida divulgar a sua “bondade social”. O perigo, então, é o da hipocrisia.

A crítica é de que há, então, uma indústria da sustentabilidade, de tons “verdes”, mas que se adequa e serve aos mesmos moldes de produção e fins contestados. Como foi apontado por ocasião do Fórum Social Mundial 2009, passa a ser apenas mais uma “embalagem ideológica”. Não podemos e nem queremos correr esse risco. Os desafios, sem dúvida, são muitos. Principalmente para os próprios relações-públicas. Como aponta um dos nossos autores, poucos profissionais de Relações Públicas ainda atuam na orientação ética ou fazem parte das equipes multidisciplinares. Os motivos seriam o questionamento que ainda se faz à profissão e a seus objetivos, sem desconsiderar aqueles profissionais que não acreditam em ética.

Por fim, discutimos a construção ética hoje em nossa sociedade com o filósofo Renato Janine Ribeiro, que nos deixa uma importante e reflexiva mensagem. Para ele, a ética está mais ligada ao ato heróico de suplantar as nossas morais em nome da verdade. E alerta para um fato que não tem como passar despercebido: ou paramos de esperar contrapartidas, ou muito em breve não deixaremos nada para os nossos filhos e netos, dando, assim, por encerrada a caminhada humana. Sem medo aqui de sermos chamados de catastróficos.

* * *

Achamos que cabem aqui algumas considerações sobre os ajustes feitos no projeto gráfico da *Organicom*. Os pilares da concepção original estão mantidos: conforto, dinamismo, arte e um suporte visual de qualidade a um conteúdo de fundamental importância para o desenvolvimento das áreas de Relações Públicas e Comunicação Organizacional.

No entanto, desejando manter a *Organicom* sempre contemporânea, vanguardista e financeiramente racional, implementamos pequenas alterações, frutos da inquietude da equipe e do talento da artista gráfica e plástica Tânia Maria dos Santos, do 2 estúdio gráfico.

O miolo da revista abandonou a segunda cor e os textos passam a compor uma mancha maior na vertical, permitindo encaixes de tabelas e gráficos mais próximos de suas chamadas. As largas faixas brancas nas margens das páginas foram mantidas, assim você pode segurar a revista sem que seus dedos invadam o texto.

No mais, mantivemos as capas com fotos exclusivas e alusivas ao tema do dossiê e as ilustrações artísticas de Maurício Pierro para lembrar a humanização em meio a tanta tecnologia. Nesta revista número 8, a lombada é branca, mas isso é por conta do “preto-no-branco” da ética.

Enfim, assim continua a boa (e quase velha) *Organicom*.

Boa leitura.

OS EDITORES