

PAULO GUEDES

# Ética, educação e negócios

O universo empresarial não é intrinsecamente imoral, como denunciavam seus críticos, ou mesmo amoral, como acreditam os leigos. O fato de que alguns chegaram ao topo dando caneladas e fazendo gols com a mão, como Maradona contra a Inglaterra, não significa que esse tipo de liderança seja inevitável no mundo dos negócios. Como relatam em "O desafio da liderança" (2002), por mais de duas décadas Jim Kouzes e Barry Posner conduzem e atualizam pesquisas sobre os valores que as pessoas mais admiram em seus líderes corporativos. Mais de 75.000 pessoas foram questionadas em suas empresas acerca das qualidades que procuram nos líderes que respeitam. Desde 1987, quando a pesquisa foi iniciada, quatro características lideram o questionário, sempre na mesma ordem: (1) honestidade, (2) visão de futuro, (3) competência e (4) capacidade de inspirar e motivar o time. Apesar do eventual sucesso de alguns transgressores, a verdade é que existe uma exigência ética no coração das empresas, como regis-

tra o especialista Fernandez Araoz, em "As grandes decisões a respeito de pessoas" (2002).

Outro indispensável componente das empresas modernas, na sociedade do conhecimento, é o capital humano fornecido pela educação. "A emergência de uma nova ordem baseada em ocupações, e não apenas em heranças como no passado, tornou a educação uma rota para a ascensão profissional e o sucesso pessoal. A própria identidade de uma classe média emergente resulta de seus esforços em busca de distinção social e maior status profissional por meio da educação", afirma Rakesh Khurana, em "De nobres objetivos a simples mão-de-obra empregada: a transformação das escolas de negócios americanas e a não realizada promessa de uma administração verdadeiramente profissional" (2007). Trata-se de um exame crítico da história das escolas de negócios americanas, de seu sucesso na formação de líderes tecnicamente qualificados mas também de suas deficiências em incutir nessas lideranças princípios éticos, alertando contra "indivíduos que

prosperam em ambientes amorais, onde as noções de responsabilidade e de confiança com os demais são descartadas como ingênuas e antiquadas".

Em busca de aperfeiçoamento, prestígio e respeitabilidade, os homens de negócios adotaram no fim do século XIX as mesmas estratégias de profissionalização antes praticadas por médicos e advogados, associando sua profissão com o ensino universitário. A formação de lideranças nas escolas de negócios passou a envolver o conhecimento formal específico para a tomada de decisões e um conjunto de habilidades para a coordenação bem-sucedida de profissionais a serviço de uma missão corporativa. A cultura do empreendedorismo e da administração profissional tornou-se então uma poderosa alavanca do crescimento econômico e da criação de riqueza. Mas "as escolas de negócios não têm instilado em seus estudantes valores como honestidade, integridade e compromisso com a ética, que são a marca dos grandes profissionais", condena Khurana.