

Código de ética e conduta empresarial





Este Código de Ética e de Conduta Empresarial é baseado em longo trabalho de reflexão da direção da Gráfica Adonis, feito junto com o Grupo Tear - a convite da empresa CPFL - Energia.

Queremos assumir publicamente e de forma consciente os Compromissos Éticos aqui contidos e continuar sendo empresa de referência no mercado gráfico e editorial.

Cordialmente,

Gráfica Adonis, Junho/2026



Prezado Colaborador,

Temos a grata satisfação de apresentar o Código de Ética e de Conduta Empresarial da Gráfica e Editora Adonis. O Código consolida as nossas crenças e explica os princípios e as diretrizes que devem reger a nossa atuação, fundamentados em uma visão con-temporânea da ética aplicada aos negócios.

O Código de Ética deve ser visto como um manual para orientar as ações cotidianas na equipe Adonis. Todas as nossas decisões devem estar alinhadas com os princípios e diretrizes aqui definidos. Assim, ao tomar qualquer tipo de decisão, em qualquer nível hierárquico, devemos estar aten-tos as suas consequências junto aos parceiros com os quais nos relacionamos.

Para que isto aconteça, espero que você leia atentamente este documento, procurando identificar as relações existentes entre as diretrizes aqui formuladas e as decisões que você toma no seu dia-a-dia profissional.

Na sequência, todos nós participa-remos de encontros organizados em nossas áreas de trabalho, especificamente para nos ajudar a transformar essas diretrizes em práticas cotidianas.

Por esse motivo, ao apre-sentar o novo Código de Ética e de Conduta Empresarial Adonis, queremos expressar a nossa convicção de que, juntos, podemos transformá-lo em um instrumento de uso responsável e sustentável, posto que está apoiado em sólidos princípios éticos.

Gráfica Adonis, Junho/2026



SUMÁRIO

1. Apresentação	8
2. Direcionadores da Ação Empresarial	9
Gráfica Adonis	
2.1 Visão	9
2.2 Missão	9
2.3 Valores	9
2.4 Política da Qualidade ISO 9001	9
3. Princípios éticos	12
4. Diretrizes da Conduta Empresarial	13
4.1. Responsabilidade dos dirigentes pelos cumprimentos dos princípios e das diretrizes do Código de Ética e de Conduta Empresarial da Adonis	13
4.2. Valorização da Responsabilidade	13
4.3. Compromisso com a Eficiência e Criação de Valor	13
4.4. Compromisso com a Excelência	14
4.5. Compromisso com a divulgação das Informações	14
4.6. Segurança das Informações	14
4.7. Conflitos de Interesse	14
4.8. Relações de Natureza Comercial de Compra e Venda	14
4.9. Trabalho Profissional fora da Adonis	15
4.10. Relações de Parentesco entre os profissionais da empresa	15
4.11. Relações com os clientes	15
4.12. Uso de recursos de propriedade da empresa	15
4.13. Uso de mídias eletrônicas	15
4.14. Propriedade intelectual e direito autoral	16
4.15. Relacionamento com o Setor Público e Atividades Políticas	16
4.16. Corrupção e favorecimento	16

4.17. Publicidade, propaganda e concessão de patrocínios	16
4.18. Preconceito, discriminação e assédio	16
4.19. Saúde, segurança e qualidade de vida	17
4.20. Desenvolvimento e valorização profissional	17
4.21. Valorização da diversidade e da inclusão social	17
4.22. Direito a livre associação e à negociação coletiva	17
4.23. Brindes e Presentes	18
4.24. Uso de álcool e drogas	18
4.25. Participação Comunitária	18
4.26. Sistema de gestão e desenvolvimento deste Código de Ética	18
4.27. Disseminação dos princípios e diretrizes do Código de Ética	18
4.28. Fiscalização e ações do controle dos livros e registros contábeis	19
4.29. Fiscalização e Ação do Poder Público	19
 5. Anexos	 20
5.1. Compromissos Institucionais da Adonis com as Metas do Milênio	20
5.2. Princípios do Pacto Global, da Organização das Nações Unidas - ONU (adotados pela Gráfica e Editora Adonis)	20
5.3. Objetivos do Desenvolvimento do Milênio, da Organização das Nações Unidas - ONU	21
5.4. Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção	22
5.5. Compromisso com os Direitos da Criança e do Adolescente, da Fundação Abrinq	22
 6. Canais de acesso para sugestões, críticas, denúncias e reclamações	 23
6.1. Canal de Conduta e Ética - transgressões ao código de ética	23

1. APRESENTAÇÃO

O Código de Ética e Conduta Empresarial da Gráfica Adonis, contempla os elementos essenciais que devem estar presentes nas relações da Gráfica e Editora Adonis junto aos diferentes públicos com os quais se relaciona.

O compromisso é de estender o Código de Ética e Conduta Empresarial para toda a nossa cadeia de relacionamentos, com o objetivo de explicar o posicionamento da empresa diante de temas tão importantes, e dessa forma contribuir para a construção de relações baseadas ética, na confiança, na integridade e no respeito.

A Gráfica Adonis também assume o compromisso de submeter o Código de Ética e de Conduta Empresarial a revisões periódicas, com a participação de seus diferentes públicos, em um processo de permanente evolução e legitimação.

A não observância do Código de Ética e Conduta Empresarial da Gráfica Adonis sujeitará à aplicação das punições previstas nas normas internas da empresa e na legislação brasileira, podendo, inclusive, levar a rescisão do Contrato de Trabalho.

2. DIRECIONADORES DA AÇÃO EMPRESARIAL

2.1 Visão

Ser reconhecida como referência empresarial no setor de impressão, pela qualidade de nossos produtos, pela competência de nossos profissionais, e pelos valores que praticamos.

2.2 Missão

Prosperar e atuar competitivamente no mercado de impressão gráfica, contribuindo para o sucesso de nossos clientes e o desenvolvimento da sociedade.

2.3 Valores

- Foco nos clientes;
- Sustentabilidade;
- Confiabilidade;
- Cooperação;
- Agilidade;
- Excelência;
- Paixão pelo que faz.

2.4 Política da Qualidade ISO 9001

- Atender às necessidades das partes interessadas, satisfazendo aos requisitos aplicáveis;
- Atuar de forma sustentável;
- Manter o ambiente de trabalho limpo, organizado e seguro;
- Melhorar continuamente o Sistema de Gestão da Qualidade dos nossos processos, produtos e serviços;
- Promover o desenvolvimento de nossos colaboradores.



3. PRINCÍPIOS ÉTICOS

3.1. O relacionamento da Adonis com seus diferentes públicos se baseia na honestidade e na integridade. Isto significa que todas as decisões da Adonis devem sempre incluir a avaliação de natureza ética. As práticas devem ser compatíveis com os valores da empresa. É isso que ajuda a construir valores perenes e baseados na confiança.

3.2. Na Adonis, todos os processos negociais devem ser orientados pela transparência e sempre buscar a veracidade das informações fornecidas para os parceiros. Somente assim se obtém a credibilidade exigida para o desenvolvimento dos negócios da empresa.

3.3. Na Adonis, exige-se que em todos os relacionamentos, internos e externos as pessoas sejam tratadas com dignidade e respeito. A Adonis deve ser uma empresa onde as pessoas se sentem respeitadas.

3.4. Na Adonis há grande preocupação com o futuro do planeta e preservação do meio ambiente. Pelo fato de utilizar recursos escassos e finitos, como água, energia, combustível e outros, há consciência de que a existência da empresa, depende da qualidade do meio ambiente. A Adonis, tem compromisso com a preservação ambiental e com a avaliação permanente e rigorosa dos fornecedores de matérias primas e das conseqüências de todos os seus procedimentos, pensando sempre na qualidade de vida das futuras gerações.

3.5. Gerenciamento de riscos. Os impactos de nossas ações são avaliados em todas as nossas decisões. O futuro depende das decisões que tomamos hoje, e que a vida é o bem mais importante a ser preservado.

4. DIRETRIZES DA CONDUTA EMPRESARIAL

As diretrizes de conduta empresarial têm o objetivo de orientar os processos de tomada de decisão da Adonis. Também orientam as atitudes e comportamentos de Dirigentes, Gerentes, Representantes e Colaboradores, aqui denominados Profissionais, nas relações com os seus diferentes públicos.

Nessas condições, as diretrizes definidas a seguir representam regras que devem ser seguidas por todos os nossos profissionais, independente de nível hierárquico.

4.1. Responsabilidade dos dirigentes pelos cumprimentos dos princípios e das diretrizes do Código de Ética e de Conduta Empresarial da Adonis

Na Adonis é essencial que todos os profissionais respeitem e zelem pelo cumprimento dos Princípios e Diretrizes explicitados neste Código de Ética e Conduta Empresarial.

Os profissionais em posição de liderança, por sua vez, são os responsáveis por assegurar que os Princípios e Diretrizes definidos nesse Código, orientem permanentemente as decisões tomadas em suas respectivas áreas de atuação.

Eles também devem demonstrar, em suas atitudes e comportamentos, que estão comprometidos com os nossos valores, criando um ambiente que estimule o cumprimento dos princípios aqui expostos. É responsabilidade dos Dirigentes e Líderes dissiminar o conteúdo desse código para as suas equipes de trabalho.

4.2. Valorização da Responsabilidade

Na Adonis a exigência ao cumprimento das normas vigentes, soma-se ao estímulo à responsabilidade de seus colaboradores, que têm poder de arbítrio de não cumprir ordens que coloquem em risco a sua integridade ou a de terceiros, ou que causem danos à empresa, à sua imagem, ao seu patrimônio ou ao meio ambiente.

Ninguém tem o direito de exigir que um profissional da Adonis pratique atos ilegais ou infrações aos valores, princípios e diretrizes aqui estabelecidos.

Todos os profissionais da Adonis têm o direito de obter esclarecimentos e manifestar sua preocupação sobre comportamentos impróprios no local de trabalho, quando considerados contrários as orientações contidas neste Código.

4.3. Compromisso com a Eficiência e Criação de Valor

Na Adonis, busca-se, permanentemente, o aumento da eficiência, da produtividade e da competitividade, realizando-se um constante gerenciamento dos riscos associados aos negócios, com o objetivo de assegurar a agregação de valor, proporcionando remuneração justa e compatível com o capital investido por seus acionistas.

4.4. Compromisso com a Excelência

Na Adonis, busca-se a excelência em todas as atividades e acreditamos que tudo sempre pode ser melhorado. A Adonis quer que seus processos, produtos e serviços sejam reconhecidos como referências no setor empresarial gráfico, assim buscamos qualidade superior, ou seja, excelência em tudo o que fazemos.

4.5. Compromisso com a divulgação das Informações

Na Adonis, há o compromisso de realizar a divulgação das informações de modo correto, consistente, exato, verdadeiro e completo.

4.6. Segurança das Informações

As informações internas são consideradas como ativos da Adonis. Por isso, a Adonis classifica as informações de uso interno como confidenciais, com o objetivo de garantir o uso correto e a proteção adequada de nossa base de informações.

O uso, o compartilhamento e a divulgação de informações privativas da Adonis, sobre processos, programas, tecnologias, tendências dos negócios e resultados, ou trabalhos que estão sendo impressos dentro da empresa, ficam restritos a autorização por escrito de seus gerentes a saber, comercial e financeiro. Constitui falta grave a utilização ou divulgação não autorizada de qualquer informação, impressão ou produto gerado dentro da Adonis.

4.7. Conflitos de Interesse

É dever de todos os profissionais que atuam dentro da Adonis agir com integridade, evitando, no exercício de suas atribuições, conflitos de interesse, reais ou aparentes, em seus relacionamentos pessoais e profissionais.

Nesse sentido, o estabelecimento de relações e a realização de negociações com seus clientes, fornecedores e colaboradores, são baseados na transparência, no respeito de seus princípios éticos e na observação das melhores praticas do mercado.

4.8. Relações de Natureza Comercial de Compra e Venda

As normas que definem procedimentos sobre negociações comerciais, que devem sempre basear-se na seleção imparcial de fornecedores e na utilização de critérios de decisão estritamente técnicos e comerciais nos processos de compra e venda.

A relação da Adonis com seus fornecedores de insumos, materiais ou prestadores de serviços, devem contemplar os interesses legítimos dos envolvidos, não sendo admitidas vantagens indevidas, obtidas por meio de manipulação de informação, intimidação, coerção, coação, constrangimento ou a criação artificial de situações de dependência na outra parte envolvida, práticas de concorrência desleal ou situações caracterizadas como de Conflitos de Interesses com os negócios da Gráfica e Editora Adonis.

Para assegurar a lisura, a isenção e a transparência em suas transações como regra

geral, a Adonis veda a contratação de fornecedores que desobedeçam a legislação trabalhista vigente, forneçam produtos ou serviços sem segurança, não ofereçam treinamento e equipamentos de segurança aos seus funcionários ou utilizem trabalho infantil.

4.9. Trabalho Profissional fora da Adonis

Na Adonis, o exercício de outras atividades profissionais laborais, por seus funcionários, somente será aceito na hipótese de que não gere incompatibilidade de horário, prejuízo ao seu desempenho profissional e que não conflite com os negócios e interesses da Gráfica e Editora Adonis.

4.10. Relações de Parentesco entre os profissionais da empresa

Na Adonis é permitido o trabalho de profissionais com relação de parentesco entre si, sendo que as contratações serão precedidas de processos de avaliação especializada, de forma a garantir a isenção e transparência nos processos de captação dos profissionais para atuarem na empresa.

4.11. Relações com os clientes

A Adonis mantém abertos os canais de comunicação, fale direto com o gerente e representantes pelo telefone (019) 3471.5600. Pela internet temos um canal exclusivo para os recebimentos de reclamações sobre a qualidade e a conformidade dos produtos e serviços prestados, para assim aperfeiçoarmos constantemente: sac@graficaadonis.com.br, e sua solicitação será respondida em até 2 dias úteis.

4.12. Uso de recursos de propriedade da empresa

A Adonis é proprietária do imóvel, das instalações, dos maquinários e equipamentos, veículos, informações, sistemas, processos e tecnologias de impressão desenvolvidas na empresa. Todos os profissionais têm o dever de proteger e preservar os ativos da empresa contra uso inadequado ou indevido, tratando-os com zelo e cuidado.

4.13. Uso de mídias eletrônicas

A Adonis mantém política e normas específicas sobre o uso do correio eletrônico, e-mail, internet, intranet e de outras fontes eletrônicas de informação. (Ver contrato de sigilo industrial).

É vedada a divulgação interna ou externa, de quaisquer mensagens contendo informações estranhas às atividades da empresa, entre outras, as relacionadas com a propagação de trotes, boatos, pornografia, comércio ou propaganda, inclusive de natureza político-partidária. Os celulares de uso particular devem ser desligados e guardados junto com os pertences no armário do profissional.

4.14. Propriedade intelectual e direito autoral

A Adonis respeita os direitos autorais e a propriedade intelectual de terceiros, em relação a diversos materiais utilizados no curso dos trabalhos, e não permite o uso e disseminação de cópias não autorizadas, ou obtidas ilegalmente de quaisquer materiais, sistemas e softwares produzidos por terceiros.

4.15. Relacionamento com o Setor Público e Atividades Políticas

As relações da Adonis com governantes ou autoridades públicas são sempre baseadas na transparência, de forma a assegurar a construção de relações íntegras, contributivas e sustentáveis com as autoridades constituídas dos poderes executivo, legislativo e judiciário.

Nesse sentido, como indústria Gráfica, a Adonis mantém posição de neutralidade e isenção em relação a candidatos, correntes ou partidos políticos. Os profissionais que atuam na Adonis, quando participantes de atividades político-partidárias, o fazem em caráter estritamente pessoal, fora de seus horários e local de trabalho.

Por esse motivo, na Adonis, não é permitida a utilização de recursos, programas e serviços ou associação do nome Adonis com atividades de natureza político-partidária.

4.16. Corrupção e favorecimento

A Adonis repudia toda e qualquer forma de corrupção, favorecimento, extorsão e propina, em todos os níveis. Na condição de signatária do Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção, compromete-se a observar integralmente suas diretrizes.

4.17. Publicidade, propaganda e concessão de patrocínios

A Adonis se compromete a cumprir sua política de publicidade, não aprovando campanhas, peças publicitárias e concessão de patrocínios a eventos que estimulem o uso de bebidas alcoólicas, do tabaco e de drogas ilícitas, gerem exposição preconceituosa da criança e do adolescente, provoquem constrangimento, humilhação, exclusão ou exponham a vulnerabilidade de indivíduos e grupos, provoquem maus tratos aos animais, ou possam estimular ou induzir a danos ambientais.

4.18. Preconceito, discriminação e assédio

A Adonis repudia toda e qualquer forma de preconceito, discriminação e assédio.

Assume o compromisso de apurar e enfrentar situações de iniquidade, humilhação, exposição ao ridículo, intimidação, hostilidade e constrangimento, em consequência de cor, raça, sexo, origem étnica, língua, idade, condição econômica, nacionalidade, naturalidade, condição física, mental ou psíquica, parentesco, religião, orientação sexual, ideologia ou posicionamento político.

Da mesma forma, compromete-se a impedir que privilégios se associem a categorias funcionais específicas, em razão de suas diferenças.

4.19. Saúde, segurança e qualidade de vida

Na Adonis, existe a consciência de que o desempenho de seus colaboradores e profissionais está associado com a saúde, com a segurança, com a qualidade de vida de seus profissionais. Nossa cultura organizacional é de um sistema de gestão que valoriza a vida. Tendo em vista essa premissa, a direção da Adonis se compromete a proporcionar condições seguras de trabalho e a promover iniciativas educacionais que ampliem a percepção e a sensibilidade de todos os profissionais em relação a esses temas.

Assim, todos os profissionais que atuam na Adonis têm a responsabilidade de conhecer as normas internas de segurança, de usar corretamente os equipamentos de proteção e de demonstrar permanentemente atitudes de prevenção de acidentes. Nenhum profissional da Adonis pode infringir as normas de segurança de trabalho e nenhuma tarefa deve ser executada sem condições de segurança. Constitui dever de cada um dos profissionais da Adonis a comunicação de condições inseguras, desrespeito às regras de segurança ou de situações que podem colocar em risco a vida de qualquer pessoa.

4.20. Desenvolvimento e valorização profissional

Na Adonis, o crescimento profissional está relacionado com o grau de contribuição e de comprometimento de cada profissional para o atingimento das metas e dos objetivos da empresa. A ascensão profissional na Adonis baseia-se no mérito individual. Não são utilizados critérios de favorecimento ou discriminação de pessoas. Nos sistemas de avaliação de desempenho, são considerados exclusivamente critérios relacionados com o desempenho, potencial e competência profissional. A Adonis valoriza as potencialidades de seus profissionais por aplicação de sistemas de remuneração, de acordo com as práticas do mercado e também por meio de ajuda de custo para todos aqueles que querem estudar.

4.21. Valorização da diversidade e da inclusão social

A Adonis valoriza a diversidade e a inclusão social. Nesta direção, respeita as diferenças e se compromete com a adaptação em seus processos de trabalho, ambientes e equipamentos, com o objetivo de garantir a igualdade de condições.

A Adonis se compromete a implantar e manter sistema de gerenciamento de pessoal que incorpore esse posicionamento nas políticas de seleção, contratação, desenvolvimento, promoção, remuneração e desenvolvimento de pessoas.

4.22. Direito a livre associação e à negociação coletiva

A Adonis reconhece a importância da busca permanente de harmonização dos interesses da empresa e de seus trabalhadores. A Adonis apoia o direito à livre associação e à negociação coletiva e reconhece a legitimidade dos sindicatos e do sistema interno de representação da empresa através da CIPA.

4.23. Brindes e Presentes

Os profissionais da Adonis devem recusar terminantemente, presentes ou favores que não respeitem os valores e princípios da empresa e as boas práticas de relacionamento comercial, existentes no país. Como parâmetro de avaliação, somente podem ser aceitos brindes e presentes promocionais que não tenham valor comercial, ou que possam ser revelados publicamente sem causar constrangimento à empresa e ao profissional.

4.24. Uso de álcool e drogas

Na Adonis, trabalhar sobre o efeito de drogas ilegais ou do álcool é considerado falta grave, pois a empresa considera que o consumo de drogas ilegais ou o uso nocivo de bebidas alcoólicas compromete a saúde e o desempenho do profissional, expondo-o a riscos, prejudica o ambiente de trabalho e afeta toda a equipe Adonis.

Para apoiar nossos profissionais que apresentem comprometimento com álcool ou com uso de drogas, a empresa tem convênio com planos de saúde, para que se disponham a tratamento e acompanhamento especializado.

A Adonis alerta ainda que o uso, o porte ou a comercialização de drogas ilegais, expõe o seu praticante às penas da legislação em vigor, podendo inclusive levar a rescisão do contrato de trabalho.

4.25. Participação Comunitária

A Adonis, inserida no contexto social da comunidade, participa e incentiva a participação de seus profissionais na vida da comunidade e também participa de projetos sociais e culturais, que promovam o exercício da cidadania, desenvolvendo ações sociais com foco na Educação Básica e de Melhoria da Qualidade de Vida para todos.

4.26. Sistema de gestão e desenvolvimento deste Código de Ética

A Adonis considera a gestão deste Código de Ética e de Conduta Empresarial como responsabilidade de todos os seus dirigentes, gerentes e colaboradores e compromete-se a manter o Sistema de gestão apoiado pelo Comitê de Ética e Conduta Empresarial.

O Comitê é formado por dois gerentes da fábrica, um líder de cada setor e mais um colaborador de cada turno, aqui designados como guardiões da ética, têm como atribuição promover a legitimação, o respeito, o cumprimento e o aprimoramento do Código, dirimindo dúvidas, arbitrando conflitos, analisando sugestões, reclamações e dúvidas.

4.27. Disseminação dos princípios e diretrizes do Código de Ética

A Adonis tem o compromisso de disseminar os Princípios Éticos e Diretrizes de Conduta Empresarial, explicitados neste Código. Para isto, promove a divulgação regular destas informações através de reuniões mensais com os colaboradores e profissionais

envolvidos com o objetivo de capacitar esses profissionais a aplicarem adequadamente os Princípios e Diretrizes aqui definidos. Também têm o compromisso de divulgar e disseminar o Código de Ética, junto aos seus clientes e fornecedores, através do site: www.graficaadonis.com.br.

São mantidos canais de acesso abertos aos públicos interno e externo, para apresentação de críticas, sugestões, denúncias e reclamações de natureza ética, contábil e financeira. A Adonis orienta os seus profissionais para disponibilizarem prontamente os documentos e as evidências que auxiliem em avaliações relacionadas à infrações aos princípios e diretrizes deste Código, repudiando quaisquer ações que contribuam para impedir, dificultar ou obstruir a averiguação de eventuais transgressões ao presente Código.

4.28. Fiscalização e ações do controle dos livros e registros contábeis

A Adonis tem o compromisso de registrar seus relatórios e balanços de modo correto, consistente, exato, verdadeiro e completo, em grau de detalhamento e contextualização que assegure a transparência inerente à situação considerada. Tem o compromisso ainda de disponibilizar seus livros às auditorias e aos órgãos públicos.

4.29. Fiscalização e Ação do Poder Público

A Adonis atenderá e contribuirá com qualquer ação de fiscalização e verificação de práticas de fiscalização provenientes do Poder Público.

5. ANEXOS

A Gráfica Adonis reconhece o Pacto Global e adere aos Objetivos do Desenvolvimento do Milênio, ao Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção, permite aprofundar seu posicionamento como empresa comprometida com a sustentabilidade e a responsabilidade corporativa, adotando condutas organizacionais e práticas de gestão alinhadas com todos esses compromissos.

5.1. Compromissos Institucionais da Adonis com as Metas do Milênio

A Adonis reconhece o Pacto Global e os Objetivos do Milênio como iniciativas sintonizadas com os interesses legítimos da sociedade, assim passa a desenvolver ações relacionadas aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, propostos pela ONU.

5.2. Princípios do Pacto Global, da Organização das Nações Unidas – ONU (adotados pela Gráfica Adonis)

Direitos Humanos

Princípio 1: As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente;

Princípio 2: Certificar-se de que sua própria corporação não esteja sendo cúmplice de abusos e violações de direitos humanos;

Trabalho

Princípio 3: A empresa deve apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;

Princípio 4: A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;

Princípio 5: A erradicação efetiva do trabalho infantil;

Princípio 6: Eliminar a discriminação com respeito ao empregado e ao cargo.

Meio Ambiente

Princípio 7: A empresa deve adotar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;

Princípio 8: Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental;

Princípio Anticorrupção

Princípio 10: A empresa deve combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

5.3. Objetivos do Desenvolvimento do Milênio, da Organização das Nações Unidas – ONU



1. Acabar com a fome e a miséria



2. Educação básica e de qualidade para todos



3. Igualdade entre sexos e valorização da mulher



4. Reduzir a mortalidade infantil



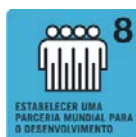
5. Melhorar a saúde das gestantes



6. Combater a Aids, a malária e outras doenças



7. Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente



8. Todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento

5.4. Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção

O Pacto foi instituído pela Organização das Nações Unidas - ONU, pelo Instituto Ethos e pela Organization for Economic Cooperation and Development - OCDE, em junho de 2006. A Gráfica e Editora Adonis aderiu ao Pacto no mês de Janeiro de 2007. Por esse Pacto, a Adonis aderiu aos seguintes compromissos:

- Reforçar ações necessárias para que as pessoas que integram suas estruturas conheçam as leis que estão vinculadas;
- Reforçar a proibição de que qualquer pessoa ou organização, que atue em nome das Signatárias, ofereça suborno a qualquer agente público;
- Reforçar a proibição de que qualquer pessoa ou organização faça contribuição para campanhas para obter vantagem;
- Reforçar a proibição de que qualquer pessoa ou organização, que haja em nome das Signatárias, utilize qualquer meio imoral ou antiético nos relacionamentos com agentes públicos;
- Divulgar para outros agentes econômicos os princípios expressos no Pacto;
- Colaborar com os Poderes Públicos em apuração de suspeita de irregularidade, violação da lei ou dos princípios éticos.

5.5. Compromisso com os Direitos da Criança e do Adolescente, da Fundação Abrinq

Em 1995, a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente, lançou o Programa Empresa Amiga da Criança, com o objetivo de estimular as empresas e atuar na prevenção e erradicação do trabalho infantil. Em 2001, quando já reunia mais de mil empresas, a Abrinq instituiu dez princípios que deveriam ser assumidos por empresas comprometidas com a proteção à criança e ao adolescente.

1. Dizer não ao trabalho infantil, não empregando menores de 16 anos, exceto na condição de aprendizes e só a partir dos 14 anos;
2. Respeitar o jovem trabalhador, não empregando menores de 18 anos em atividades noturnas, perigosas ou insalubres;
3. Alertar seus fornecedores, por meio deste código ou outros instrumentos, que uma denúncia comprovada de trabalho infantil pode causar rompimento da relação comercial;
4. Assegurar que os funcionários matriculem seus filhos menores de 18 anos no ensino fundamental e empreender esforços para que todos frequentem a escola;
5. Incentivar e auxiliar as funcionárias gestantes a realizar o pré-natal e orientar todas as funcionárias sobre a importância dessa medida;
6. Estimular a amamentação, dando condições para que as funcionárias possam amamentar seus filhos até no mínimo os 6 meses de idade;
7. Orientar seus funcionários a fazer o registro de nascimento dos seus filhos;
8. Fazer investimento social na criança ou adolescente compatível com o porte da empresa, conforme estabelecido pela Fundação Abrinq.

6. CANAIS DE ACESSO PARA SUGESTÕES, CRÍTICAS, DENÚNCIAS E RECLAMAÇÕES

A disponibilização de canais de acesso expressa o compromisso da Gráfica e Editora Adonis, com o cumprimento efetivo deste Código de Ética e Conduta Empresarial e fazem parte do Sistema de Gestão da Adonis

A Adonis repudia a prática da denúncia vazia, conspiratória ou vingativa. A denúncia é valorizada quando o profissional tiver conhecimento dos fatos, dados ou situações que possam prejudicar a empresa, seus colaboradores ou clientes. Quando de sua ocorrência, serão garantidos o anonimato e a apuração pelas pessoas que fazem parte do Comitê de Ética da Adonis.

Como norma, não admite retaliações ou punições contra o profissional ou qualquer pessoa que apresente crítica, sugestões, denúncia ou reclamações. A Adonis não aceitará atos contra profissionais que no cumprimento de seu dever, comuniquem uma preocupação através dos canais competentes aqui definidos.

6.1. Canal de Conduta e Ética – transgressões ao código de ética

Esse canal tem o objetivo de receber demandas internas e externas referentes a temas tratados no Código de Ética e Conduta Empresarial da Adonis, sendo assegurado ao seu colaborador total sigilo e confidencialidade. As demandas são analisadas pelo Comitê de Ética e Conduta Empresarial da Adonis.

Todo contato feito através do canal de Conduta e Ética tem assegurado total sigilo e confiabilidade.

- Acesso eletrônico via e-mail: etica@graficaadonis.com.br
- Acesso por carta: A/C Comitê de Ética – Rua do Acetato, 189 – Dist. Ind. Abdo Najar – Americana-SP – CEP: 13474-763.
- Público interno: utilizar o e-mail, a urna ao lado do relógio de ponto ou entrar em contato direto com os sócios gerentes.

RÓTULOS | CINTAS | CAIXAS E EMBALAGENS QUE ENCANTAM

A embalagem tem a importante função de incorporar a identidade e apresentar as informações que são úteis ao consumidor. Temos um conjunto de competências que garantem a boa apresentação do seu produto no mercado, com profissionais qualificados que criam beleza para seu produto vender mais.

Rótulos com resistências para umidades e secas



Cintas

- Ovos



Caixas

- Bolinhos
- Hospitalar | Farmacêutico



Encartes

- Cama | Mesa | Banho | Cortinas



Cintas

- Sorvetes | Embalagens Plásticas





Vigência

O Código de ética e de Conduta Empresarial da Gráfica Adonis foi aprovado pela Gerência Executiva da Gráfica Adonis e pelo Conselho de Administração da CPFL - Energia, passando a vigorar a partir da data de sua primeira publicação.

Americana, Fevereiro de 2008



Glossário de verbetes

Complemento do Código de ética e conduta empresarial

GRÁFICA ADONIS

Este glossário de verbetes serve para esclarecimento e aprofundamento dos conceitos implicados ou utilizados no Código de Ética.

Índice

1. Canais de acesso ao Código de Ética e ao Sistema e Gestão e Desenvolvimento da Ética.....	3
2. Código de Ética e de Conduta.....	4
3. Princípios éticos.....	5
4. Responsabilidade social e cultural.....	6
5. Sustentabilidade.....	7
6. Valores.....	9
7. Transparência e Sigilo.....	10
8. Moral.....	12
9. Contratados e Terceirizados.....	13
10. Governança corporativa.....	14
11. Conflito de interesses e impessoalidade.....	15
12. Gerenciamento ou Gestão de Impactos: Externalidades.....	16
13. Assédio (moral, religioso, político, afetivo-sexual).....	17
14. Democracia.....	18
15. Denúncia ética.....	19
16. Direito de recusa.....	22
17. Diversidade.....	22
18. Equidade.....	24
19. Ética.....	24
20. Ética ou Moral? Nomenclaturas.....	25

Glossário de verbetes

1. CANAIS DE ACESSO AO CÓDIGO DE ÉTICA E AO SISTEMA E GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DA ÉTICA

O Código de Ética da Adonis deve ser um documento vivo, que expressa o acordo atualizado das disposições éticas de todos os sujeitos por ele abrangidos. Todos os colaboradores devem percebê-lo e tê-lo como um documento seu. Os que não puderam participar diretamente do processo deverão ter a percepção de que foram legitimamente representados.

Todos os colaboradores (e demais partes interessadas: fornecedores, clientes e consumidores, comunidades, sociedade, governos, Estado) terão acesso permanente e fácil ao Código, para conhecimento e reflexão individual, para consulta sobre dúvidas, conflitos e dilemas, para debate, crítica e proposição de novas fórmulas visando seu constante aprimoramento, e para apresentação de denúncias sobre eventuais transgressões éticas. A boa comunicação é um imperativo ético, do lado institucional e de cada indivíduo.

Os canais de acesso e os respectivos procedimentos devem ser amplamente divulgados em toda a empresa, garantindo seu conhecimento por todas as partes interessadas. Devem ser disponibilizados todos os meios: oral (depoimento), escrito (impresso ou manuscrito), telefônico, magnético (fitas de áudio ou vídeo) ou eletrônico (internet ou intranet).

A Adonis disponibiliza os seguintes canais de comunicação no que se refere à conduta ética da Empresa e dos colaboradores:

Canal de Conduta Ética

Tem o objetivo de receber demandas referentes às informações sigilosas da Adonis. O anonimato e a confidencialidade são asseguradas. As demandas serão recebidas, analisadas e respondidas pelo Comitê de Gestão de Responsabilidade Social e de Ética Empresarial da Adonis.

Dois acessos são disponíveis:

- Acesso eletrônico pelo e-mail:
sac@graficaadonis.com.br
- Acesso por carta: A/C Comitê de Ética
*Rua do Acetato nº 189 - Dist. Ind. Abdo Najar
- Americana - SP - CEP: 13474-763*

2. CÓDIGO DE ÉTICA E DE CONDUTA

No dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2001),

por exemplo, o verbete "Código" aparece sob várias acepções, entre elas a de "conjunto de disposições (...) aplicáveis em diversos tipos de atividades" e "conjunto de ideias de um indivíduo ou de um grupo sobre o modo adequado de comportar-se". Esse sentido último é o do uso já habitual da expressão "Código de Ética".

Ética ou conduta? "Ética" é mais propriamente uma referência a grandes princípios de ação, enquanto "conduta" se refere mais às ações concretas: comportamentos cotidianos, sujeitos a normas e regras mais prescritivas.

Não há impedimento técnico a que se denomine um documento como "Código de Ética". Ele pode conter um conjunto de "Princípios Éticos" (não há qualquer restrição técnica ao uso dessa expressão,

muito ao contrário), que seriam suas referências mais fundamentais, principais, que demarcariam as grandes disposições, intencionalidades, compromissos, da empresa e dos empregados. Num "Código de Ética" cabe também registrar um conjunto que poderíamos denominar de "Direcionadores de Conduta", que seriam referências mais normativas, mais prescritivas, de comportamentos individuais e institucionais. Isso imprimiria uma dinâmica particular ao sentido e ao uso de um "Código de Ética" numa empresa: certamente os princípios tenderão a ser mais duradouros, enquanto os direcionadores de conduta tenderão a ser mais mutáveis, porque dependentes das circunstâncias de desenvolvimento científico, tecnológico, social, político, cultural.

3. PRINCÍPIOS ÉTICOS

Um princípio, segundo os dicionários, é o que serve de base ou fundamento a alguma coisa, é uma proposição elementar, é a fonte, a causa, o ponto de partida de uma ação. Pela etimologia, um princípio é o que vem primeiro, o mais primitivo. Esse é também o sentido forte dos chamados princípios éticos: um conjunto de referências gerais que fundamentam as ações ou condutas éticas de empresas e indivíduos. Os princípios éticos de uma conduta empresarial e profissional poderiam ser: o respeito absoluto à vida em todas as suas formas e manifestações, a liberdade, a integridade, a honestidade, a verdade, a justiça, a equidade (Equidade), a responsabilidade, o mérito, o zelo, a legalidade, a impessoalidade (Impessoalidade), a coerência entre o discurso e a prática, a sustentabilidade (Sustentabilidade) no trato da natureza e da cultura.

4. RESPONSABILIDADE SOCIAL E CULTURAL

Nas últimas décadas vêm firmando-se a consciência e a convicção de que as empresas não devem ser apenas agentes de desenvolvimento econômico, nem responder apenas pelos objetivos de alcançar resultados econômicos, mas devem ser também agentes de desenvolvimento social e cultural, e devem responder (responsabilidade) também pelo equilíbrio (sustentabilidade) ambiental e pelos resultados não puderem decorrer espontaneamente de sua ação econômica, então cabe a doação de políticas e programas de ação social e cultural que compensem os trabalhadores, as comunidades e a sociedade. Essa compensação se faz mediante dispositivos de incentivo, promoção e desenvolvimento. Tais programas se inscrevem no conjunto de ações empresariais que costumam ser designadas de "éticas" ou de "cidadania". As empresas, a partir daí, designam a si mesmas como empresas "cidadãs", ou "empresas éticas". A vantagem, para as empresas, é que tais ações se mostram altamente satisfatórias para a sociedade: o público consumidor reconhece seu valor e costuma prestigiar as empresas que as promovem (e, por outro lado, punir as que não promovem). Isso significa que tais programas agregam valor à empresa, sendo um mecanismo vantajoso e compensador também para ela.

A Responsabilidade Social e Cultural de uma empresa se mostra no seu grau de amadurecimento em relação ao impacto social e cultural de suas atividades. Abrange aspectos como: equilíbrio e sustentabilidade ambiental, desenvolvimento comunitário, tratamento justo aos empregados e contratados, retorno aos investidores, satisfação ao consumidor, enfim, ouvir os inte-

resses e direitos das diferentes partes e incorporá-los ao planejamento de suas atividades. Em todo mundo, instituições dos mais diversos tipos vêm estimulando o mundo empresarial a estabelecer e reforçar esses vínculos com as partes interessadas, as comunidades e a sociedade.

No Brasil, desde 1998 o Instituto Ethos vem destacando-se no apoio e promoção dessas ações de responsabilidade social empresarial (RSE). Desde 2000, vem difundindo um conjunto de Indicadores de Responsabilidade Social que estimulam as empresas a serem socialmente responsáveis. O instituto Ethos assim define:

"A Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatível com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais."

(In: www.ethos.org.br)

5. SUSTENTABILIDADE

Numa definição geral, sustentabilidade é a qualidade de um processo de produção (econômico, social, cultural) que se realiza de modo a não comprometer a existência, a reprodução e o desenvolvimento de suas fontes. A sustentabilidade é, portanto, a qualidade daquilo que é perene, daquilo que pode realizar-se em escala infinita. A exploração da natureza, por exemplo (como extrativismo ou como atividade econômica produtiva

transformadora com suporte tecnológico), pode ser uma ação sustentável apenas se garantir esse equilíbrio entre as características dos produtos e a qualidade perene das fontes.

Em 1982 foi publicado o Relatório Brundtland, nome pelo qual ficou conhecido o relatório Nosso Futuro Comum, elaborado pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, criada pelas Nações Unidas e presidida por Gro Brundtland, primeira-ministra da Noruega. Esse Relatório consagrou uma visão crítica do modelo de desenvolvimento adotado pelos países industrializados e imitado pelos países em desenvolvimento. Ele demonstra a incompatibilidade entre os padrões de produção-consumo vigentes e o uso nacional dos recursos naturais. Ele conceitua como "sustentável" o modelo de desenvolvimento que "atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades". A proposta era defender o equilíbrio do planeta e alertar para os perigos da exploração irracional dos recursos naturais. Entretanto, tragicamente, de 1982 pra cá, a insustentabilidade do modelo de produção-consumo vigente se agravou.

A sustentabilidade do meio ambiente é um sinal de inteligência produtiva se pensarmos em manter perenemente o valor instrumental da natureza; é um sinal de inteligência ética se pensarmos em, ao mesmo tempo, respeitá-la e preservá-la também por seu valor intrínseco.

Apesar de inicialmente enfatizar a preservação ambiental, o conceito de sustentabilidade reflete hoje uma preocupação também com o acesso ao consumo de bens e serviços, os direitos humanos e cidadania: o econômico, o social e o cultural.

6. VALORES

Há quem pense os valores como entidades com vida própria, uma realidade absoluta. Em geral se identificam valores com princípios: esse é um sentido vulgar, muito comum. Por exemplo, se designam como valores: a honestidade, a responsabilidade, etc. Mas os valores são mais propriamente qualidades dos seres e das suas ações. Podemos pensá-los em duas classes: valores intrínsecos e valores instrumentais. A natureza, por exemplo, tem um valor instrumental para nós: podemos nos servir dela, e precisamos disso para viver: comemos raízes, tubérculos, folhas, talos, frutas, carnes de peixes, aves e animais, mas a natureza, além desse valor instrumental, tem também um valor intrínseco. A espécie humana atual formou-se neste planeta há cerca de 200.000 anos atrás, e o sistema-vida já estava aí com sua exuberante diversidade biológica há quase 3 bilhões de anos. Tudo isso vale por si, para si, como um fim em si, e deve ser respeitado no seu modo de ser: tem valor intrínseco.

Cada pessoa também tem valores. Tem o direito e o dever de valorizar-se e ser valorizada. Tem valor intrínseco, enquanto ser vivo e humano que se forma, se faz, se desenvolve, realizando seus talentos, realizando seu bem-estar (saúde, amizade, amor, felicidade). Entretanto, também tem valor instrumental: nada impede eticamente que os valores de um indivíduo sejam postos a serviço instrumental de outro(s), dentro de certas condições. É o que se passa na saudável e justa relação de trabalho. Servir como instrumento a outro(s) justifica-se quando isso se dá numa relação livre e ética, que gera bens que, em troca, mantêm e desenvolvem a vida do indivíduo

(seu bem supremo). Nessa relação contratual de trabalho, todo indivíduo tem o direito de ser reconhecido em seus valores instrumentais (como profissional), e também em seus valores intrínsecos (como pessoa).

7. TRANSPARÊNCIA E SIGILO

Fala-se em transparência como uma qualidade inerente às ações das instituições políticas num regime democrático. Não há dúvida de que, por princípio e genericamente, tudo o que é comum e de direito público e tudo o que é do direito e interesse público deva ser transparente. Mas o tema é complexo, pois ao mesmo tempo ninguém questiona a legitimidade de alguns segredos de Estado, e com razão. No quadro das relações internacionais, assim como no interior de cada sociedade, há interesses econômicos, políticos, sociais, que são opostos e mesmo antagônicos. A rivalidade encontra-se por toda parte, em todos os níveis. Não existe apenas bondade no mundo. Mas também não se pode dizer que a guerra de todos contra todos seja a única forma de convívio humano.

Por princípio, toda pessoa (física, jurídica, política, social...) tem direito a preservar em segurança os meios de produção, reprodução e desenvolvimento da sua vida. No que se refere aos indivíduos, o direito à privacidade é um direito fundamental: a intimidade é inviolável em quaisquer campos (afetivo, religioso, ideológico, ético, econômico etc.). Mas isso também não quer dizer que o indivíduo não deva prestar contas ao público naquilo que suas ações sejam de interesse e direito do público.

O ponto crítico da ética empresarial no que se refere à transparência e sigilo está relacionado à competitividade inerente à economia de mercado. A competição, principalmente na economia globalizada, coloca as empresas diante de um falso dilema: como se de um lado estivesse "a perda", e do outro lado, o "levar vantagem". Há um terceiro caminho: o da possibilidade de um desenvolvimento saudável favorável a todos. A competição não é, por si mesma, destrutiva. É destrutiva apenas quando "A" projeta "valer mais" rebaixando (destruindo) "B". Essa, evidentemente, não é a escolha eticamente correta. A competição, ao contrário, pode ser ética, quando "A" projeta "valer mais" desenvolvendo-se mais e melhor que "B", sem prejudicar "C".

Isso nos fornece um critério para pensarmos os direitos e deveres de transparência e de sigilo. Há direito de transparência para todos os implicados e afetados em empreendimentos nos quais sua vida esteja em jogo em seus direitos de criação, manutenção e desenvolvimento. Há direito de sigilo nos empreendimentos de produção, reprodução e desenvolvimento na vida dos indivíduos, instituições, empresas, nações, sempre que a transparência das estratégias, para isso, forem um impedimento a tal produção, reprodução, desenvolvimento. Ou seja, o sigilo só vale quando proteger direitos mais fundamentais, pois o direito de sigilo dos sujeitos coletivos não é fundamental e sim estratégico. O direito de transparência, sim, é um direito fundamental de todos os sujeitos.

8.MORAL

Etimologicamente, moral deriva de *mos*, *moris* (latim) que, assim como *ethos*, originalmente significa morada. Desse ponto de vista, os dois

conceitos seriam sinônimos. A morada do homem, como animal social, é sempre alguma cultura particular, algum solo "pátrio", alguma língua "mátria", uma parte do todo. Consideramos esses padrões culturais particulares, parciais, como correspondentes ao âmbito da moral. A moral é um fenômeno de ordem parcial. É a regulação dos valores e comportamentos considerados legítimos por uma determinada sociedade, um povo, uma tribo, uma religião, uma ordem política, uma certa tradição cultural. Há morais específicas, também, em grupos sociais mais restritos: uma instituição, um partido político, uma família, uma empresa. Há, portanto, muitas e diversas morais.

Há distintas e verdadeira morais, tanto quanto são distintas as culturas das instituições, dos povos, das nações. Há morais mais individualistas ou mais coletivistas, mais corporativas ou mais societárias, mais dogmáticas ou mais democráticas, mais religiosas ou mais laicas, mais pragmáticas ou mais contemplativas etc. Todas e quaisquer morais podem, até um certo ponto, ser legítimas na medida em que expressam um modo de viver e conviver daquele povo, daquela tradição religiosa, daquela empresa. Por princípio, nenhuma moral pode se arrogar mais legítima que outra. Cada sistema moral cria seus próprios mecanismos particulares de legitimação. As morais não têm compromisso imediato com a universalidade. Exceto quando atacadas, ocasião em que buscam justificar-se construindo explicações com uma falsa pretensão (ideologia) de universalidade. A universalidade é uma pretensão crítica da ética.

Entre a moral e a ética há, portanto, uma tensão permanente: a ação moral busca uma compreensão e uma justificação crítica universal; a ética, por sua vez, exerce uma permanente vigilância

crítica (universal) sobre a moral, para corroborá-la ou transformá-la.

9. CONTRATADOS E TERCEIRIZADOS

O processo de terceirização de muitas das atividades econômicas introduziu algumas contradições no sistema econômico: introduziu o fato frequente de dois trabalhos iguais estarem lado a lado, no interior da mesma empresa, porém sob condições jurídicas distintas e desiguais, na remuneração e nos direitos e deveres. Introduziu uma quebra estrutural do princípio de isonomia no mundo do trabalho. Do ponto de vista funcional, estritamente econômico e administrativo, a terceirização foi um dispositivo positivo de reengenharia que aumentou a flexibilidade e rentabilidade dos sistemas. Do ponto de vista político, trouxe conflitos novos, desafiando o Estado a produzir políticas econômicas de ajuste. Do ponto de vista do direito, trouxe embaraços e aumentou a lista de conflitos e litígios trabalhistas. Do ponto de vista ético, trouxe contradições, algumas de impossível solução.

Contratados não são pessoas físicas, mas jurídicas. Entretanto, em muitos casos essa distinção é apenas formal. Um contratado frequentemente é alguém que age como um empregado e é percebido pelo público externo como se fosse um empregado. Enquanto agente no interior da empresa, o contratado tem acesso a informações que não poderia ter por sua condição de ser outra pessoa jurídica. A empresa frequentemente se vê implicada num difícil conflito político, jurídico e ético. As vantagens econômicas desse expediente, não obstante, têm sido suficientes para que se continue a adiar a solução desses difíceis problemas.

O mérito ético da questão se mostra de modo claro na resposta à seguinte pergunta: deve um contratado ser desobrigado da conduta ética que é exigida dos empregados numa mesma empresa? A resposta ética óbvia é não, ainda que não haja respaldo jurídico suficientemente seguro para essa negativa. O recurso ético e jurídico de que se dispõe é o de o contratado (o responsável pela empresa contratada) assinar um termo específico de conhecimento e de compromisso a reconhecer e respeitar integralmente o Código de Ética da empresa, como obrigação – parte de seu contrato.

10. GOVERNANÇA CORPORATIVA

Nos últimos anos, principalmente depois dos escândalos no mercado norte-americano, envolvendo empresas gigantes como a Enron, World-Com, Arthur Andersen e outras, que deram origem a chamada Lei Sarbanes-Oxley, aumentou a vigilância e exigência dos mercados, principalmente dos investidores sobre o padrão de governança das empresas. Passou-se a exigir mais equilíbrio nas relações de poder, nos processos de tomada de decisões estratégicas das empresas. Uma boa governança corporativa passou a ser considerada aquela que assegura aos acionistas e às demais partes interessadas uma segura transparência, correta prestação de contas, eficiência, equidade, controle de informações e responsabilidade pelos resultados.

Numa palavra: estruturas e processos adequados para a boa gestão e controle das empresas. O objetivo é o aumento da confiabilidade da empresa, elemento-chave para o sucesso de seus negócios.

11. CONFLITO DE INTERESSES E IMPESSOALIDADE

A Constituição Brasileira, no Artigo 37, consagrou o princípio da impessoalidade, entre outros. Nessa caso ele é afirmado como um dever do servidor público, mas aplica-se a qualquer trabalhador nas suas relações profissionais. É a tradicional questão do conflito de interesses. O que se busca é o equilíbrio entre a vida pessoal e a vida profissional: dois campos distintos que podem coincidir em muitos aspectos, mas não podem se confundir. *A coincidência*: a vida profissional é o meio de conservação e desenvolvimento da vida pessoal. *A confusão*: os interesses pessoais não podem sobrepor-se aos interesses profissionais quando o que está em atuação é o profissional; tanto quanto os interesses profissionais não podem sobrepor-se aos interesses pessoais quando o que está em ação é o pessoal. Isso significa que, nas relações de trabalho, as decisões devem ser tomadas de modo impessoal, isto é, devem ser movidas tão somente pelos interesses e direitos da empresa e pelos deveres profissionais do trabalhador (a empresa também não pode exigir do profissional que descumpra os procedimentos inerentes à responsabilidade de sua profissão).

Em termos práticos, isso significa que o empregado, seja de que nível hierárquico for, não deve realizar qualquer negócio que configure, direta ou indiretamente, factual ou aparentemente, conflito de interesses com os negócios da empresa. Isso inclui: uso estritamente sigiloso das informações pertinentes à empresa exclusivamente para atividades de interesse dela; não insinuar, não aceitar nem oferecer quaisquer presentes, favores, cortesias, brindes, etc. como contrapartida a suas atividades profissionais na empresa; não se

pronunciar publicamente sobre a empresa exceto quando autorizado; não valer-se de informações da empresa para benefício próprio ou de terceiros em qualquer negócio etc.

12. GERENCIAMENTO OU GESTÃO DE IMPACTOS: EXTERNALIDADES

Todo empreendimento, seja econômico, social, político ou cultural, gera algum impacto sobre o meio em que atua: impactos ambientais ou igualmente econômicos, sociais, políticos, culturais. Eles podem ser negativos (danosos: a serem evitados ou corrigidos) ou positivos (benefícios: a serem intensificados e estendidos). Chamam-se de externalidades esses impactos: são resultados ou consequências das ações de um empreendimento sobre terceiros. Ao longo de séculos, no mundo, não houve preocupação estratégica em se avaliarem os impactos (externalidades) dos empreendimentos (nem governamentais, nem privados). As condições críticas de sustentabilidade (ambiental, social, cultural) do atual modelo de desenvolvimento econômico mundial, porém, vem despertando atenção crescente sobre esse aspecto, e gerando procedimentos cada vez mais minuciosos e cautelosos, sobretudo para a prevenção e correção de danos decorrentes da ação empresarial (Sustentabilidade).

13. ASSÉDIO (MORAL, RELIGIOSO, POLÍTICO, AFETIVO-SEXUAL)

O vocabulário "assédio" provém da tradição militar, na qual refere-se à operação executada ao redor de um determinado alvo (forte, quartel, vila, cidade, região de um país etc.), estabelecendo-se um cerco com o objetivo de exercer o

completo domínio, ou seja, impor uma sujeição ou submissão sobre o alvo (situar). Deslocado para as relações sociais, o termo refere-se a ações insistentes, em geral da parte de quem tem mais autoridade ou poder, pelas quais esse indivíduo aborda, molesta, importuna, persegue alguém, com o objetivo de convencê-lo (racionalmente) de algo ou persuadi-lo (emocionalmente) a algo que não está disposto.

A lei nº 3921/2002 (AL/RJ) caracteriza o assédio moral no trabalho como:

- a) A exposição de um empregado a uma situação de desprezo, humilhação ou constrangimento, mediante palavras, ações ou gestos praticados repetidamente, durante o expediente do trabalho;
- b) A ação insistente de um superior hierárquico que, abusando de sua autoridade, tenha por objetivo atingir negativamente a autoestima e a autodeterminação do subordinado;
- c) A ação de um superior hierárquico que tenta obstaculizar a evolução da carreira ou a estabilidade funcional de um subordinado.

Diversas circunstâncias podem, também, caracterizar assédio moral da parte de superiores hierárquicos ou colegas, em ações tais como: determinar o cumprimento de atribuições estranhas ou incompatíveis com o cargo do subordinado ou colega, ou em prazos inexecutáveis; designar subordinados para o exercício de funções triviais muito inferiores ao nível de sua qualificação técnica; designar subordinados para o cumprimento de tarefas que estão muito acima de sua capacidade de solução; apropriar-se do crédito de ideias, propostas, projetos ou resultados de trabalho de

outrem sonegar informações indispensáveis ao bom desempenho das funções do subordinado ou colega; divulgar rumores e comentários maliciosos que atinjam a dignidade e a honra, pessoal ou profissional, do subordinado ou colega.

Caracteriza-se como assédio religioso ou político a insistência desmedida e importuna em se convencer e persuadir subordinados ou colegas a aceitarem convicções alheias, nesses campos. Caracteriza-se como assédio afetivo-sexual a insistência impertinente, importuna e indevida em se obter consentimento de alguém para um relacionamento afetivo-sexual; mais ainda quando o que se busca é a obtenção de favores sexuais não consentidos.

O assédio é uma ofensa à vida, à honra, à dignidade, à autonomia, à liberdade de ação e a liberdade de consciência (autodeterminação) das pessoas.

14. DEMOCRACIA

A palavra vem do grego (demos=povo; cratos=poder) e genericamente refere-se ao regime de governo (nacional ou institucional) que reconhece o direito de todos os seus membros participem das decisões que os afetam, de modo direto (democracia direta: somente possível onde o número de cidadãos ou participantes for suficientemente pequeno) ou de modo indireto (democracia representativa: as decisões são tomadas por representantes legitimamente eleitos). O Estado liberal moderno consagrou a democracia representativa, mediante a constituição de três poderes: executivo (encarregado de administrar os negócios e serviços públicos), o legislativo (parla-

mento encarregado de constituir a Carta Magna e instituir leis) e o judiciário (encarregado de aplicar leis e julgar seu eventual descumprimento). De um ponto de vista crítico, deve-se registrar que o exercício da democracia formal (ou seja: o cumprimento dos rituais formais de eleição de representantes, votação de leis, ações do governo e do judiciário) nem sempre significam o exercício da democracia real: as necessidades, interesses e vontade do povo podem não ser suficientemente atendidos e realizados. Legalidade e legitimidade nem sempre andam juntas.

Pode haver maior ou menor democracia também nas instituições (econômicas, religiosas, educacionais, militares, partidárias), dependendo da maior ou menor oportunidade de participação dos sujeitos implicados ou afetados por suas ações. A democracia legitima decisões.

15. DENÚNCIA ÉTICA

Há uma tradição do senso comum que vê com maus olhos o procedimento de denunciar e que o acusa de ter a qualidade oposta à ética. A moral brasileira cotidiana, como qualquer outra, contém clichês, provérbios, máximas, que carregam significados e sentidos éticos duvidosos. Pelo conteúdo desses clichês ficamos sabendo que o brasileiro gosta de "levar vantagem em tudo", que "todo mundo mete a mão: por que eu não?", que "cada um por si, Deus por todos" etc.

Na cumplicidade entre colegas de trabalho, concidadãos, amigos, vizinhos, facilmente prospera uma noção equivocada de denúncia. Nela, o denunciante, chamado pejorativamente de "dedo-duro", "cagueta", "delator", é considerado um

traidor, um desleal aos seus iguais, é reduzido a um bajulador. O raciocínio dessa cumplicidade é o seguinte: a lealdade primeira é devida aos "iguais", não importando qual seja a qualidade desses iguais, se são bons ou maus, se estão certos ou errados; a lealdade ao grupo, família, corporação, é afirmada como precedente (anterior) à lealdade à sociedade e à coletividade. Nessa moral cotidiana da cumplicidade, o irmão, amigo, vizinho, colega, é protegido e não ameaçado. Nessa moral corporativista, a denúncia é uma quebra da "harmonia" entre os iguais. O mote geral de "unidos venceremos" se aplica, aqui, a uma ideia vaga de que o inimigo é sempre o que está "fora", é o "estranho", e também o que está "mais acima", o que tem mais força. Nessa moral, acredita-se que é preciso união para se ter a força dos "iguais". A cumplicidade também gera o medo: denunciar é como quebrar essa "unidade", e por isso costuma atrair represálias e vinganças.

Outro fato depreciativo do denunciar é o fato de que com muita frequência a denúncia entra como parte de um negócio em que alguém já incriminado ou incriminável a oferece como uma mercadoria a ser negociada em troca de outros favores escusos ou mesmo de dinheiro. A prática da "delação premiada" (pela qual indivíduos suspeitos ou já condenados oferecem uma denúncia em troca de futuras vantagens atenuadoras de sua possível ou real punição) corrobora esse sentido da denúncia como coisa vil.

Uma das responsabilidades do indivíduo numa empresa é a vigilância ética sobre os direitos, e isso implica em não ser cúmplice de irregularidades, não ocultar transgressões, não se omitir diante das faltas éticas (corrupção, favorecimentos ilegítimos, violação de direitos, discriminações cultu-

rais etc.). Um modo concreto de se manifestar o não conformismo com essas transgressões e de se afirmar compromisso positivo com o bem-comum é precisamente o ato de denunciar as transgressões. Essa denúncia é uma manifestação positiva de lealdade aos direitos, e tem sim elevado valor ético.

Tais dispositivos justificam-se mais ainda quando são associados a garantias de que as denúncias serão investigadas adequadamente (por meio de procedimentos transparentes, idôneos e objetivos e de que haverá consequência, ou seja, de que os responsáveis serão punidos com justiça).

Ao mesmo tempo, infelizmente, prospera também uma prática de inimizabilidade do denunciante: supõe-se que, mesmo sem provas, se possa trazer a público uma denúncia contra alguém (como se o próprio "ato heroico" de denunciar compensasse a falta de provas). Uma denúncia sem provas é uma calúnia, e caluniar dá ao acusado o direito de restabelecer publicamente sua honra e dignidade.

Outra questão é a do anonimato das denúncias. A moral da vingança e represália contra denunciantes gera medo e leva muitos, frequentemente, a se esconderem no anonimato ao denunciar, seja por proteção justificada, seja por covardia. A boa consciência de cada pessoa deverá ser o juiz, nesses casos. Não obstante, não há dúvida de que a denúncia inteiramente ética seja aquela que é apresentada com nome e rosto do denunciante e com provas materiais.

16. DIREITO DE RECUSA

Trata-se de um direito reconhecido pela Organização Internacional do Trabalho (OIT, convenções 170 e 174), segundo o qual um trabalhador pode suspender a realização de suas atividades rotineiras imediatamente após tomar as medidas corretivas cabíveis, sempre que ocorra uma situação em que a vida ou a integridade física sua ou de seus colegas de trabalho ou da comunidade que atua encontre-se em risco grave e iminente, devendo tal trabalhador comunicar o ocorrido imediatamente a seu superior hierárquico. Eticamente falando, tal direito de recusa deveria se estender também a casa em que o que esteja em risco seja a integridade ambiental.

17. DIVERSIDADE

O Exercício da racionalidade é uma qualidade humana que vem desenvolvendo historicamente. No início do século XX esse ideal começou a ser pensado no interior dos processos industriais (processos de produção e de administração) e alcançou formulações marcantes com Henry Ford (fordismo) e Frederick Taylor (taylorismo). Entretanto, a convicção era de que a máxima racionalidade nos processos produtivos estaria relacionada a regularidades e a homogeneidades nesses processos. O padrão de recrutamento de empregados foi, por isso, durante muito tempo regido pela ideia de similaridade: supunha-se que apenas a máxima homogeneidade entre os trabalhadores (no tipo físico e no modo de pensar) poderia garantir o atingimento de objetivos comuns na empresa.

Atualmente esse “paradigma” da homogeneidade encontra-se em crise, pois tornou-se vidente que sua aplicação generalizada é insustentável, tecnicamente e eticamente (Sustentabilidade). A lógica da homogeneidade é descabida e insustentável porque contraria o próprio modo de ser da natureza e da cultura, que evoluem (desenvolvem-se) como função da diversificação e não da repetição. Isso se torna ainda mais importante num mundo que se esbarra cada vez mais em limites de competitividade, limites de uso de tecnologias e limites éticos (Ética). Tais limites exigem máxima criatividade e capacidade de inovação. Ora, criatividade e inovação costumam brotar menos da repetição do mesmo do que do saudável confronto entre diversos.

A questão da diversidade, portanto, é antes de tudo parte da questão da sustentabilidade econômica dos empreendimentos. Ao mesmo tempo, não menos importante, tem um aspecto ético implicado: são muitos e diversos os modos de ser humano, os modos de se realizar a vida humana, e essa diversidade é expressão da complexidade da condição humana. Essa complexidade é fundamento de um imperativo ético: ela deve ser respeitada e desenvolvida. A diversidade cultural e individual é uma riqueza e uma potencialidade, e não um problema.

Essa questão ética da diversidade vem alcançando apoio legal crescente em todo o mundo: leis de diversos países já obrigam instituições econômicas (e instituições sociais e culturais) a empregarem trabalhadores e profissionais pelo critério da diversidade: mediante “políticas de cotas”, que contemplam negros, indígenas (grupos étnicos minoritários), idosos, mulheres, pessoas com necessidades especiais (físicas, mentais, ou

psíquicas) etc. Tais políticas realizam, assim, uma importante função social de promover oportunidades equitativas (Equidade) a todos.

18. EQUIDADE

Entre a igualdade e a diferença situa-se o conceito de equidade: refere-se à correção ou lisura na maneira de se proceder, julgar, opinar, tratar etc., toda e qualquer pessoa, considerando-se seus direitos mais universais e ao mesmo tempo seus direitos mais diferenciados, ou seja, tratando-se todos de modo justo, sem discriminações nem favorecimentos.

19. ÉTICA

Etimologicamente, ética deriva de êthos (grego), que significa a toca do animal e a morada humana habitual, habitação. A ética é uma referência da universalidade, mas não é puramente teoria. A ética é um conjunto de princípios, justificativas e disposições voltadas para a ação. Esse conjunto é historicamente produzido, para balizar as ações humanas. A ética pode e deve ser incorporada, pelos indivíduos sob a forma de uma atitude prática diante da vida cotidiana, capaz de julgar criticamente os apelos acríticos da(s) moral(is) vigente(s). Mas a ética, tanto quanto a moral, não é um conjunto de verdades fixas, imutáveis. A ética se move, historicamente se amplia e se adensa.

Falar de ética é falar primeiramente de convivência humana, é falar do outro ser humano. O outro é o próximo, mas está presente também no futuro (temporalidade) e está presente em qualquer lugar, mesmo que remoto (espacialidade). O outro é um sujeito de direitos e sua vida deve ser digna tanto quanto a de todos deve ser.

O último e mais radical fundamento dos direitos-deveres de respeito e lealdade ao outro é o fato de que a vida dele/dela e de todos tem o direito de ser preservada e respeitada. Todos os direitos, no limite, se reduzem a esse direito fundamental, a base de todos os demais: a vida. Realizar a vida plenamente, com integridade e dignidade. O fundamento da ética, portanto, é o sistema-vida nas suas duas faces: natural (biológica) e cultural (social). Tudo o mais é consequência. O princípio ético fundamental, por isso, pode ser formulado simplesmente assim: a vida deve poder criar-se, manter-se reproduzir-se, desenvolver-se, em todas as suas potencialidades, em todas as suas formas.

20. ÉTICA OU MORAL? NOMENCLATURAS.

Não há, na literatura filosófica, ao longo da história, qualquer acordo formal (nem consenso espontâneo) sobre muitas e diversas nomenclaturas referentes aos conceitos filosóficos. Há pensadores que adotam posições invertidas no que se refere ao conceito de ética (Ética) e moral (Moral). Um bom exemplo contemporâneo, bastante conhecido, do posicionamento "ética = reflexão/universal; moral = prática/cultural" é o mexicano Adolfo Sánchez Vázquez, em sua clássica obra intitulada "Ética" (Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira). Um bom exemplo contemporâneo da disposição inversa (sistemas de eticidade = histórico-culturais; moral = disciplina filosófica que pensa sobre esses sistemas; ética = o conjunto e a relação entre ambos) é o argentino-mexicano Enrique Dussel, em sua já também clássica obra intitulada "Ética da libertação na idade da globalização e da exclusão" (Petrópolis: Editora Vozes).

CRÉDITO:

Este glossário tem como objetivo ilustrar, esclarecer, adensar e ampliar o entendimento acerca de alguns conceitos, visando a uma melhor compreensão do texto deste Código de Ética. Portanto, não é parte inerente ao Código, mas apenas um apoio para sua compreensão. Sua elaboração é de responsabilidade de Alípio Casali, filósofo e educador, que atuou como Consultor na elaboração deste Código de Ética, para a empresa CPFL – Energia e que disponibilizou o seu conteúdo para a Gráfica Adonis.