

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

NICOLE HAGE FERREIRA

**O *ETHOS* EMPRESARIAL E A PANDEMIA DE COVID-19: UMA ANÁLISE DOS
ARGUMENTOS DE EMPRESÁRIOS BRASILEIROS CONTRÁRIOS AO
DISTANCIAMENTO SOCIAL**

**UBERLÂNDIA
2023**

NICOLE HAGE FERREIRA

**O *ETHOS* EMPRESARIAL E A PANDEMIA DE COVID-19: UMA ANÁLISE DOS
ARGUMENTOS DE EMPRESÁRIOS BRASILEIROS CONTRÁRIOS AO
DISTANCIAMENTO SOCIAL**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em
Administração, da Universidade Federal de
Uberlândia, como exigência parcial para a obtenção
do título de Bacharel.

Orientadora Prof^a. Dr^a. Jacqueline Florindo Borges.

UBERLÂNDIA
2023

NICOLE HAGE FERREIRA

**O *ETHOS* EMPRESARIAL E A PANDEMIA DE COVID-19: UMA ANÁLISE DOS
ARGUMENTOS DE EMPRESÁRIOS BRASILEIROS CONTRÁRIOS AO
DISTANCIAMENTO SOCIAL**

Monografia aprovada para a obtenção do título de
Bacharel no Curso de Graduação em Administração
da Universidade Federal de Uberlândia (MG) pela
banca examinadora formada por:

Uberlândia, 02 de maio de 2023.

Prof.^a. Dr.^a. Jacqueline Florindo Borges, FAGEN/UFU/MG – Orientadora

Prof. Dr. Carlos Roberto Domingues, FAGEN/UFU/MG

Prof. Dr.^a. Janaina Maria Bueno, FAGEN/UFU/MG

A todas as vidas colocadas em risco durante a pandemia para ajudar outras pessoas e a todos os mortos que não resistiram ao coronavírus (COVID-19). Para que nunca mais se repita.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos professores que passaram por mim e contribuíram de alguma forma para o meu ingresso na universidade.

Agradeço a todo corpo docente da Universidade Federal de Uberlândia por todos os conhecimentos transmitidos que possibilitaram eu concluir essa graduação.

Agradeço à minha orientadora Jacqueline por todos os ensinamentos, orientações, apoio e paciência durante todo meu processo de produção e aprendizagem.

Agradeço aos membros da minha banca, ao professor Carlos e à professora Janaína por todas as oportunidades de aprender um pouco mais durante a minha graduação. Gostaria de agradecer por todos os aprendizados que vocês possibilitaram na minha evolução como ser humano e como profissional.

Agradeço à minha família, em especial à minha avó Aventina, minha mãe Karine e a minha irmã Milena e aos meus amigos, por todo apoio durante esse ciclo da minha vida. Agradeço pelos conselhos, suporte e companhia durante todo o processo.

Agradeço à minha psicóloga Lúcia por todo apoio, ensinamentos, reflexões, suporte e caminhadas que tivemos até chegar nesse dia: o dia que concluo a minha graduação!

E por último, mas não menos importante, agradeço a mim por todo esforço e resiliência nessa etapa tão importante da minha vida, em busca de me tornar a profissional que estou me tornando.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar os argumentos de empresários contrários ao distanciamento social no decorrer da pandemia COVID-19. O problema de pesquisa: quais valores empresariais estão presentes e ausentes nesses argumentos e suas implicações éticas? A fundamentação teórica tem como base as teorias sobre valores morais e os estudos sobre valores empresariais/corporativos. Os procedimentos metodológicos foram conduzidos com a utilização da análise argumentativa, que oferece um guia para a coleta e análise qualitativa dos dados. Para a coleta de dados foi utilizada a pesquisa documental, conduzida por meio das técnicas de pesquisa em internet e websites: reportagens de jornais, revistas e vídeos. Os resultados mostram um aspecto comum nos argumentos dos empresários: um falso dilema, visto que eles argumentam que ou sobrevive a economia do país ou sobrevivem as pessoas. A conclusão dos argumentos é que a pandemia irá gerar mortes, porém parece não fazer sentido para esses empresários escolher proteger as pessoas, para que então essas pessoas, vivas e saudáveis, possam contribuir de forma produtiva com o crescimento das empresas e da economia. Os valores presentes nas falas dos empresários é a sobrevivência da economia e os valores ausentes é a sobrevivência das pessoas. A presença do negacionismo científico e de um discurso ideológico explicam um *ethos* empresarial incapaz de reconhecer que a economia não sobrevive sem as pessoas e que trata a economia como um valor absoluto e a vida humana não. A sobrevivência das pessoas é vista como um valor ausente ou contingente, ou seja, “que depende”, desde que não impacte a sobrevivência das empresas e da economia do país. Esta pesquisa contribui com os estudos sobre os valores corporativos em tempos de crise e pandemia; e com o entendimento das implicações práticas desses valores para a relação entre empresas e sociedade, visto que o *ethos* empresarial diz respeito ao modo como as organizações podem influenciar as práticas e as subjetividades em uma determinada época e lugar, a partir do que é dito e entendido como a coisa certa a se fazer.

Palavras-chave: Dilemas éticos. Ética empresarial. Gestão de crises. Pandemia COVID-19. Posicionamento ético.

ABSTRACT

This research aims to analyze the arguments of businessmen against social distancing during the COVID-19 pandemic. The research problem: which business values are present and absent in these arguments and their ethical implications? The theoretical foundation is based on theories about moral values and studies on business/corporate values. The methodological procedures were conducted with the use of argumentative analysis, which offers a guide for the collection and qualitative analysis of data. For data collection, documentary research was used, conducted through research techniques on the internet and websites: newspaper reports, magazines and videos. The results show a common aspect in the businessmen's arguments: a false dilemma, since they argue that either the country's economy survives or the people survive. The conclusion of the arguments is that the pandemic will cause deaths, but it seems to make no sense for these entrepreneurs to choose to protect people, so that these people, alive and healthy, can contribute productively to the growth of companies and the economy. The values present in the speeches of the entrepreneurs are the survival of the economy and the missing values are the survival of the people. The presence of scientific denialism and an ideological discourse explain a business ethos incapable of recognizing that the economy cannot survive without people and that it treats the economy as an absolute value and human life does not. People's survival is seen as an absent or contingent value, that is, "which depends", as long as it does not impact the survival of companies and the country's economy. This research contributes to studies on corporate values in times of crisis and pandemic; and to the understanding of the practical implications of these values for the relationship between companies and society, since the corporate ethos concerns the way in which organizations can influence the practices and the subjectivities in a given time and place, from what is said and understood as the right thing to do.

Keywords: Ethical dilemmas. Business ethics. Crisis management. COVID-19 pandemic. Ethical positioning.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo de Análise da Argumentação de Toulmin (2001)	32
Figura 2 - Tela do Vídeo do Empresário Roberto Justus	33
Figura 3 - Tela do Vídeo do Empresário Luciano Hang	35
Figura 4 - Tela do Vídeo do Empresário Junior Durski	37
Figura 5 - Tela do Vídeo do Empresário Carlos Guerra	38
Figura 6 - Tela do Vídeo do Empresário Alexandre Guerra	39
Figura 7 - Imagem Pública do Empresário Carlos Wizard.....	40
Figura 8 - Tela do Vídeo do Empresário Marcelo de Carvalho	42

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Lista de reportagens pesquisadas	30
Quadro 2 - Material audiovisual utilizado a partir da plataforma Youtube	31
Quadro 3 - Apresentação dos Argumentos de Roberto Justus	34
Quadro 4 - Apresentação dos Argumentos de Luciano Hang.....	36
Quadro 5 - Apresentação dos Argumentos de Junior Durski.....	37
Quadro 6 - Apresentação dos Argumentos de Alexandre Guerra.....	40
Quadro 7 - Apresentação dos Argumentos de Carlos Wizard	41
Quadro 8 - Apresentação dos Argumentos de Marcelo de Carvalho	43

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Tema e Problema de Pesquisa	11
1.2	Objetivos Geral e Específicos.....	13
1.3	Justificativas para Realização da Pesquisa	13
1.4	Estrutura da Monografia.....	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	Valores Morais e Valores Empresariais	15
2.2	Implicações Morais e Práticas do Negacionismo na Pandemia de COVID-19	22
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	27
3.1	Procedimentos Metodológicos de Abordagem dos Dados da Pesquisa	27
3.2	Procedimentos de Coleta e Análise de Dados	27
4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	33
4.1	Empresários Pesquisados e Análise das Entrevistas	33
4.1.1	Roberto Justos – Apresentação	33
4.1.2	Luciano Hang – Apresentação	35
4.1.3	Junior Durski – Apresentação	37
4.1.4	Alexandre Guerra – Apresentação.....	38
4.1.5	Carlos Wizard – Apresentação.....	40
4.1.6	Marcelo de Carvalho – Apresentação	42
4.2	Implicações Morais e Práticas dos Argumentos Empresariais Contrários ao Distanciamento Social.....	43
5	CONCLUSÕES.....	47
5.1	Implicações dos Resultados da Pesquisa	47
5.2	Sugestões para Futuros Estudos	48
	REFERÊNCIAS	50
	APÊNDICE I – Reportagens Pesquisadas	54
	APÊNDICE II – Material audiovisual utilizado a partir da plataforma Youtube.....	56

1 INTRODUÇÃO

1.1 Tema e Problema de Pesquisa

Governos, sociedade e empresários precisaram enfrentar, no final de 2019, a crise sanitária mundial da pandemia do novo Coronavírus, responsável pela doença nomeada de COVID-19. O vírus, até o ano de 2021, não possuía nenhum tratamento farmacológico cientificamente comprovado. Vacinas foram desenvolvidas, mas a quantidade ofertada era insuficiente para que os países pudessem vacinar toda a população. No Brasil, desde a primeira infecção do novo Coronavírus, no dia 26 de fevereiro de 2020, até três anos após, registrou-se 700.556 óbitos (em 22 de abril de 2023) (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2023).

Dentre as ações para controlar a propagação do vírus (altamente contagioso), os governadores dos Estados, no Brasil, utilizaram o protocolo sanitário proposto pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Este protocolo recomenda a realização de um distanciamento social (quarentena). Esse procedimento sanitário e emergencial se dá por meio da redução de circulação da população com o fechamento dos comércios e serviços considerados não essenciais para a população (UOL, 2020). No que diz respeito à gestão pública e gestão privada, algumas questões foram debatidas, sendo elas: manter o distanciamento social e proteger a vida das pessoas, ou, manter os comércios e serviços funcionando, em prol de proteger a economia do país. (UOL, 2020).

Em uma situação de crise sanitária, como aquela provocada pela pandemia COVID-19, a sociedade espera que os empresários atuem não pensando somente nos seus interesses empresariais, mas também na vida dos seus funcionários. Entretanto, alguns gestores expressam publicamente que eram contrários aos protocolos sanitários estabelecidos pela Organização Mundial da Saúde (OMS), especificamente ao fechamento dos comércios e serviços não essenciais durante a pandemia. Este posicionamento de alguns empresários encontrou amparo na posição do governo federal, no Brasil, que também se posicionou contrário ao fechamento dos comércios não essenciais durante a pandemia, sob o argumento de que isso iria afetar a economia, geraria desemprego e fechamento de empresas (El País Brasil, 2021).

As situações de crise e especificamente essa gerada pela pandemia COVID-19 colocam em destaque, tanto para indivíduos quanto empresas, as questões: “quem eles são?” e “o que eles fazem?”, considerando qual identidade é mais relevante e valiosa para lidar com esse novo contexto (ASHFORTH, 2020). Em uma situação de pandemia, a sociedade espera respostas efetivas de líderes empresariais (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009), com base na ideia

de que os gestores prestam um serviço à sociedade, ao invés de estarem preocupados somente com seus próprios interesses. É esperado que as empresas sejam signatárias de pactos e assumam compromissos com organizações não governamentais e intergovernamentais para uma atuação empresarial mais responsável.

Para Crane e Matten (2021), quatro temas no campo dos estudos sobre responsabilidade empresarial foram desafiados pela COVID-19: gestão de stakeholders, risco social, responsabilidade na cadeia de fornecimento, e economia política da responsabilidade social corporativa. Além do mais, uma situação pandêmica exige respostas estratégicas temporárias, que podem se tornar permanentes (AHLSTROM; WANG, 2021). Essas respostas estratégicas podem produzir mudanças durante e pós-pandemia (AMIS; GREENWOOD, 2021).

No campo da filosofia, conforme Aristóteles (2019), a formação de um discurso ocorre uma vez que três pontos são estudados: (1) a produção da persuasão; (2) o estilo a ser empregado; e, (3) o correto modo deliberar de as várias partes do discurso. A persuasão é, em todos os casos, edificada; e, atua sobre as emoções dos próprios juízos, seja transmitindo uma correta impressão do caráter do orador ou, até mesmo, esclarecendo a verdade das afirmações feitas.

Conforme Borges, Medeiros e Valadão (2013, p. 107) "as organizações não só desempenham um papel fundamental na sociedade como também influenciam personalidades, modos de pensar, de agir e de viver". Assim, ainda conforme os autores, no campo da administração, o *ethos* está diretamente relacionado ao caráter moral que o orador possui ou parece possuir, mesmo que ele não possua, em busca de conseguir obter confiança e até mesmo a simpatia do seu público. O *pathos* está relacionado aos argumentos que são relacionados às características psicossociais do público, ou seja, a audiência que a organização estará em busca de influenciar de forma a despertar alguma emoção, paixão, sentimentos de valores, opiniões, crenças etc. E por último, o *logos* se relaciona a argumentação que irá fundamentar os argumentos lógicos, em busca de valorização quantitativa da empresa, ou seja, que ela seja vista como única, maior e a melhor.

Levando em consideração os fatos mencionados, esta pesquisa busca responder o seguinte **problema de pesquisa**: quais valores empresariais estão presentes e ausentes nos argumentos de empresários contrários ao distanciamento social no decorrer da pandemia COVID-19 e quais suas implicações éticas?

1.2 Objetivos Geral e Específicos

O objetivo geral da pesquisa é analisar os argumentos de empresários contrários ao distanciamento social no decorrer da pandemia COVID-19 com relação aos valores empresariais presentes e ausentes e suas implicações éticas.

Os objetivos específicos desta pesquisa são:

- a) pesquisar declarações, em reportagens e vídeos, de empresários brasileiros que se posicionaram contra o distanciamento social na pandemia;
- b) analisar as declarações nas quais os empresários brasileiros se posicionam contrários ao distanciamento social, a partir do método de análise argumentativa;
- c) analisar a presença e a ausência de valores morais nessas declarações.

1.3 Justificativas para Realização da Pesquisa

Na presente pesquisa, considera-se que as declarações ou posicionamento dos empresários durante a pandemia têm potencial para influenciar as subjetividades e impactar ações locais que podem salvar vidas. Esta pesquisa se insere em um contexto no qual aumenta a atenção aos valores empresariais, em meio ao ceticismo geral de parte da mídia e da sociedade sobre uma atuação responsável das organizações privadas. Afinal, a questão de base desse ceticismo é sobre o quanto o comportamento das empresas podem ir além do auto interesse. O ceticismo em relação às empresas pode variar de acordo com o setor e com o tipo de conduta pesquisada.

De um ponto de vista científico-acadêmico, torna-se necessário conhecer os valores empresariais em momentos de crise e em situações de emergência pandêmica, a partir de declarações ou posicionamentos morais dos gestores. Estudos sobre o *ethos* organizacional contribuem para um maior entendimento dos valores nas organizações e as direções em que as organizações podem influenciar as condutas individuais e as subjetividades acerca do certo e errado, bom ou mal, belo ou feio em períodos de crise.

E do ponto de vista prático, um estudo neste campo se justifica porque a moral diz respeito ao sujeito concreto e suas ações situadas histórica e socialmente: o "comportamento moral é próprio do homem como um ser histórico, social e prático", que "transforma conscientemente o mundo" (VÁZQUEZ, 2005, p. 28). Ainda do ponto de vista prático, Sen (2000) nos lembra que responsabilidade e liberdade são interdependentes, bem como liberdade individual e desenvolvimento social. Esses temas dizem respeito às pessoas enquanto agentes

éticos e também às empresas. Além de refletir sobre a moralidade empresarial, essa pesquisa também trata de uma época, a partir do que é dito.

1.4 Estrutura da Monografia

A monografia apresentada é composta primeiramente pela introdução, apresentando o tema e problema de pesquisa que o presente estudo busca responder. Na sequência são apresentados os objetivos gerais e específicos que irá contribuir diretamente com a orientação e a condução da pesquisa. No final do capítulo são apresentadas as justificativas para realização da pesquisa.

O segundo capítulo apresenta o referencial teórico e está estruturado em duas seções. A primeira irá tratar dos valores morais e valores empresariais e a segunda seção vai tratar das implicações morais e práticas do negacionismo na pandemia COVID-19.

O terceiro capítulo da pesquisa apresenta os procedimentos metodológicos. Este capítulo está dividido em duas seções. A primeira descreve os procedimentos metodológicos de abordagem dos dados da pesquisa e segunda seção apresenta os procedimentos de coleta e análise de dados.

O quarto capítulo apresenta os resultados da pesquisa e a análise dos resultados, ou seja, a análise dos argumentos de empresários contrários ao distanciamento social na pandemia COVID-19. Este capítulo está estruturado em duas seções. A primeira traz uma breve descrição dos empresários pesquisados e apresentação de seus argumentos. Essa primeira seção é conduzida por subseções, pois foi realizada uma análise separada dos argumentos de cada empresário. A segunda seção irá apresentar as implicações morais e práticas dos argumentos dos empresários contrários ao distanciamento social.

Por fim, o quinto capítulo com a conclusão da pesquisa traz duas seções, respectivamente: as implicações dos resultados da pesquisa e as sugestões para futuros estudos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Valores Morais e Valores Empresariais

Em estudo no campo da filosofia moral, Chauí (1995, p. 339) define que “toda cultura e cada sociedade institui uma moral, isto é, valores concernentes ao bem e ao mal, ao permitido e ao proibido, e à conduta correta, válidos para todos os seus membros”. Chauí (1995, p. 335) vai dizer que “o senso e a consciência moral dizem respeito a valores”, visto que é necessário que as pessoas façam uma avaliação da situação em que uma ação está acontecendo, das responsabilidades, das consequências e reflexão para decidir sobre alternativas para a ação. Ao analisar as ações e comportamentos que dizem respeito à ética,

Para Chauí (1995, p. 335), “o senso e a consciência moral dizem respeito a valores”, visto que é necessário que as pessoas façam uma avaliação da situação em que uma ação está acontecendo, das responsabilidades, das consequências e reflexão para decidir sobre as alternativas para a ação. Um dos exemplos citado pela autora é "um pai de família desempregado, com vários filhos pequenos e a esposa doente, que recebe uma oferta de emprego, mas que exige que seja desonesto e cometa irregularidades que beneficiem o seu padrão" (CHAUÍ, 1995, p. 334). Esse pai tem consciência que determinada ação contraria os seus princípios morais, mas em contrapartida seus filhos estão com fome e a sua mulher morrendo, assim, qual decisão é a correta a ser tomada?

Ao analisar as ações e comportamentos que dizem respeito à ética, Chauí (1995, p. 337) identifica as características do sujeito ético. A autora define que para uma conduta ética é necessário que o sujeito seja: (1) **consciente de si e dos outros**, assim, sendo capaz de refletir e reconhecer a existência de outros sujeitos éticos assim como ele; (2) **dotado de vontade**, assim, tendo capacidade de controlar e orientar os seus desejos, impulsos, tendências, sentimentos; (3) **responsável pelos seus atos**, e de reconhecer-se como autor da ação, avaliando os efeitos e consequências dela sobre si mesmo e sobre os outros e, assim, deve também assumir as consequências de seus atos e de responder a elas; e, (4) **livre**, assim sendo capaz de oferecer-se como causa interna de seus sentimentos, atitudes e ações, pois não está submetido à coação para realização de uma ação.

No campo da filosofia moral ou estudos da ética, a moral possui uma função social bem definida, conforme Vázquez (2005, p. 70), porque: (a) os indivíduos se sujeitam a “princípios, normas ou valores socialmente estabelecidos; (b) regula somente atos e relações que acarretam

consequências para outros e exigem necessariamente a sanção dos demais”; (c) leva “os indivíduos a aceitarem livre e conscientemente determinados princípios, valores ou interesses.”

De acordo com o autor, o ato moral é estabelecido em torno de um bem comum que a sociedade aprova ou desaprova de acordo com normas pré-estabelecidas pela sociedade. Assim, a moral é normativa, sendo baseada em normas regulamentadas pela conduta humana, e factual, sendo baseada em fatos que acontecem na sociedade. O autor define que “a essência da moral deve ser procurada, por conseguinte, tanto num plano quanto no outro e daí a necessidade de analisar o comportamento moral dos indivíduos reais através dos atos concretos nos quais se manifesta” (VÁZQUEZ, 2005, p. 75). Um ato moral é “sempre um ato sujeito à sanção dos demais; isto é, passível de aprovação ou de desaprovação, de acordo com as normas comumente aceitas”, conforme Vázquez (2005, p. 75); o autor cita como exemplos de ato moral “ajudar alguém que, sem poder defender-se, é impunemente agredido na rua; cumprir a promessa de devolver um empréstimo; denunciar a injustiça cometida contra um companheiro ou um amigo”.

O ato moral tem a seguinte estrutura, conforme Vázquez (2005, p. 76): (1) o motivo: o que leva o sujeito a realizar determinado ato, que o impulsiona a agir ou a procurar alcançar determinado fim; (2) os meios: ter consciência dos meios para realizar o fim escolhido, assim, fazendo com que todos os meios sejam bons para alcançar um fim ou que o fim seja capaz de justificar os meios; (3) os fins: a consciência do ato que irá realizar e o que se espera ou busca alcançar (simulação dos fins), visto que, quando esses atos são realizados inconscientemente ou involuntariamente, não são considerado morais; (4) os resultados: consistem nos resultados que foram obtidos de fato decorrentes da realização do ato; (5) as consequências: as consequências que tal ação terá para o outro e mesmo para o próprio sujeito da ação, o sujeito moral deve assumir a responsabilidade pelos seus atos.

A moral é definida por La Taille (2016, p. 32) como um comportamento habitual de “ser justo, ser fiel, ser honesto, defender a própria honra, casar virgem, etc”, assim, cabe a nós pensarmos, qual seria a maneira certa de agir diante de determinadas situações. O autor define que a moral se baseia em um sentimento de obrigatoriedade, assim, a pergunta moral feita pelo autor é “Como devo agir?” e a pergunta ética “Que vida quero viver?”. O autor defende que existe uma relação direta entre as duas perguntas apresentada, visto que, a resposta da primeira pergunta implica na resposta da segunda pergunta.

A resposta, porém, a essas questões torna-se uma tarefa mais complexa quando se leva em conta as abordagens deontológicas e teleológicas – utilitaristas, eudaimônicas e consequencialistas – da ética. A ética teleológica é definida por Pereira (2017, p. 36) como

"aquela em que o conceito central ou primordial é uma noção de Bem". A partir dessa definição, o autor determina que as éticas consequencialistas "consideram que o valor moral de uma ação depende de suas consequências", ou seja, se essa consequência for considerada boa, a ação detém valor ou é considerada correta; e se as consequências forem ruins, a ação é considerada imoral. Pereira (2017, p. 37) analisa as éticas eudaimônicas, a partir do termo "eudaimonia", com o objetivo de atestar o caráter teleológico dessa abordagem. Ele afirma que a origem etimológica das éticas eudaimônicas é "ter um bom daimon", assim, determinada expressão é "usada originalmente para designar pessoas que teriam sido favorecidas pelos deuses em suas vidas". Conforme Pereira (2017, p. 40) "as versões mais comuns do consequencialismo são o egoísmo racional e o utilitarismo, onde o bem a ser maximizado é a felicidade". Assim, Pereira (2017, p. 48) define o utilitarismo levando em consideração que a felicidade deve ser tratada como um estado de coisas, sendo determinado "o procedimento de comparar prazeres ou satisfações e então adicioná-los ou subtrai-los"

De acordo com Pereira (2017, p. 40), a ética deontológica tem como principal referência Kant "o fato de a correção ser uma propriedade intrínseca à própria ação". Assim, Pereira (2017, p. 42) define a ética deontológica como "o motivo último pelo qual eu devo realizar uma ação ou escolher um princípio de justiça é simplesmente 'porque é o justo', independentemente de sua contribuição para que o agente tenha uma vida lograda".

Em estudo no campo da economia, Sen (2000, p. 17) define o desenvolvimento como liberdade, ou seja, o desenvolvimento como "um processo de expansão das liberdades reais que as pessoas desfrutam". Assim o autor relaciona ética, justiça e liberdade às questões do desenvolvimento. Para que aconteça o desenvolvimento é necessário que ocorra a remoção das principais fontes de privação da liberdade, sendo elas: a pobreza e a tirania, a carência de oportunidades econômicas e a destituição social sistemática, a negligência dos serviços públicos e a intolerância ou interferência excessiva de Estados repressivos. O autor associa a ausência de liberdades substantivas com a "pobreza econômica, que rouba das pessoas a liberdade de saciar a fome, de obter uma nutrição satisfatória ou remédios para doenças tratáveis, a oportunidade de vestir-se ou morar de modo apropriado, ter acesso a água tratada ou saneamento básico" (SEN, 2000, p. 18).

Conforme Sen (2000, p. 18), a liberdade é o meio e o fim do desenvolvimento, é necessária ao processo de desenvolvimento devido à sua razão avaliatória, ou seja, para que ocorra uma avaliação do progresso verificando se aconteceu um aumento da liberdade das pessoas. A liberdade também é necessária por razão da eficácia, considerando que o fim do desenvolvimento é a livre condição de agente das pessoas. Para o autor há diferentes tipos de

liberdade: econômica, política, social, cultural, dentre outras. As liberdades são interdependentes. Sen (2000, p. 23) estabelece que "a privação da liberdade econômica, na forma de pobreza extrema, pode tornar a pessoa uma presa indefesa na violação de outros tipos de liberdade". Dessa forma, o autor conclui que "a privação de liberdade econômica pode gerar a privação de liberdade social, assim como a privação de liberdade social ou política pode, da mesma forma, gerar a privação de liberdade econômica". Assim, de acordo com Sen (2000, p. 24) "o exercício da liberdade é mediado por valores que, por sua vez, são influenciados por discussões públicas e interações sociais, que são, elas próprias, influenciadas pelas liberdades de participação".

Em contraposição à concepção otimista-realista de Sen (2000), que defende o desenvolvimento em economias capitalistas como liberdade para as pessoas serem quem elas com razão desejam ser, destaca-se o questionamento de Comte-Sponville (2020): o capitalismo é moral? Para o autor, o que se denomina “ética empresarial” é mais um discurso do que um comportamento. O discurso da ética empresarial tem uma lógica gerencialista que associa práticas éticas com resultados: melhoria da imagem da organização, das vendas, da produtividade, do clima psicológico interno da empresa, da qualidade dos produtos e serviços, das relações com clientes etc.). A ética empresarial está relacionada com eficiência e eficácia, portanto. A ética, então, compensa e dá lucro! O autor questiona essa concepção da ética, seja porque as virtudes por si só não fazem ninguém ganhar dinheiro; seja porque ética, economia, dinheiro, dever e interesse possam seguir algumas vezes uma mesma direção, se isso ocorre não há aí problema ético. E, uma terceira questão, refere-se quando os resultados e as consequências de uma decisão ou ação empresarial são morais, mas o que motivou essa ação ou qual foi a intenção? Nesse caso, “as ações são conforme a moral”, mas “sem valor moral”, no sentido kantiano e a ética deontológica que defende agir pelo dever e de acordo com o dever (ser honesto, porque ser honesto é a coisa certa a fazer). Ou quando as consequências são morais, mas os meios não são (COMTE-SPONVILLE, 2020, p. 47).

No campo da administração, Dias (2014, p. 91) define que a conduta ética em uma empresa ou organização “é o reflexo da conduta de todos os profissionais, fortalecendo as relações interpessoais, o desenvolvimento, o sucesso e a imagem da organização”. A autora estabelece que "a ética e as organizações, tornam-se indissociáveis estando diretamente ligadas a relações e comportamentos". Assim, para Dias (2014, p. 91) "a ética é um instrumento de conduta das responsabilidades sociais, das obrigações da organização, para atingir os fins pessoais e coletivos a que se propõe".

Conforme Chanlat (1992, p. 69) "a vida nas organizações e mais comumente as relações sociais que aí tecem repousam sobre valores. Estes valores, implícitos ou explícitos vão definir as regras de ação que inspirarão os julgamentos e as condutas". O autor destaca que "as regras que tiveram curso nas relações, no seio das organizações, foram amplamente inspiradas em valores econômicos", assim "as relações humanas põem em jogo regras que não são todas da ordem do econômico".

De acordo com Enriquez (1997, p. 12) "toda organização guarda em seu interior comunidades variadas, micro-culturas que vão se constituindo como um lugar de vida e não como simples lugar de trabalho", assim, a organização não é capaz de existir "sem que indivíduos se situem enquanto sujeitos humanos, isto é, enquanto atores que devem se exprimir, mestres de seus desejos trabalhando afirmativamente para o sucesso do conjunto".

Sobre o ensino da ética dos negócios em programas de administração, Bertero (2014, p. 35) avalia que tal ensino é baseado em duas premissas, sendo elas: (1) o assunto não deve ser abordado em uma perspectiva filosófica, uma vez que a maioria dos ingressantes não possui formação em filosofia, assim, pode ocorrer pressuposição da familiaridade com outros tópicos da filosofia, tornando a abordagem filosófica da ética impossível para os estudantes de administração, assim como os profissionais da gestão; (2) o ser humano é considerado ético com base em que ele é um ser social, assim, os valores éticos tendem a ser transmitidos pelo processo de socialização. Dessa forma, o autor questiona a consequência dessas duas premissas, qual seja, que a "ética não precisa ser ensinada porque já chegamos à idade adulta com sólida estrutura moral, com valores éticos enraizados em nosso caráter" (BERTERO, 2014, p. 35).

De um ponto de vista teórico-prático, Whetten, Rands e Godfrey (2002) analisam as vantagens de uma integração entre negócios e sociedade e gestão e estratégia organizacional. Isso porque a pesquisa sobre negócios e sociedade tem como foco os relacionamentos externos da organização com fornecedores, sindicatos, clientes etc. E a gestão e a estratégia estudam o que constituem as responsabilidades legítimas da companhia. Ao invés de uma perspectiva instrumental da relação da companhia com seus stakeholders, é necessário e enriquecedor para as pesquisas desse campo analisar as questões relacionadas aos recursos e transações de um ponto de vista das obrigações morais, além das obrigações legais, econômicas e sociais.

Para Arruda e Navran (2000, p. 28) "a ética está amplamente constituída de regras de sobrevivência, regras de comportamento associadas à profissão, regras de relacionamento que possibilitem harmonia na convivência social e assim por diante". Dessa forma, há necessidade da criação de códigos de ética para que a organização possa definir seus valores e culturas organizacionais através de padrões para a conduta dos profissionais dentro da empresa. Os

autores determinam que "as pessoas tendem a prestar mais atenção àquilo que é avaliado e medido, pois é justamente o mensurável que a organização traduz em recompensa".

Os Códigos de Ética das organizações são utilizados com o objetivo de guiar tomadas de decisões e estabelecer as condutas éticas da organização em possíveis conflitos de interesses entre seus stakeholders, levando em conta a cultura nacional e a localização da organização. Assim, de acordo com Hood e Logsdon (2002), Karnes et al. (1990) e Santos et al. (2018), a ética empresarial ou a ética nos negócios se relaciona com as dimensões culturais dos países, que podem influenciar o modo como os indivíduos, também os gestores, percebem os comportamentos e as atitudes preconizadas pelos códigos de ética das organizações.

Conforme Solomon (2004, p. 11), "o empregado é um ser humano, com necessidades e direitos muito reais e distintos do seu papel na produção ou no mercado". Assim, para o autor "se uma empresa trata os seus empregados como meras peças descartáveis, ninguém pode ficar surpreso se os empregados começarem a tratar a empresa com uma mera fonte transitória de salários e benefícios".

Para finalizar essa seção sobre valores morais e empresariais, é necessário lembrar que os valores e as práticas empresariais precisam estar amparados em um documento de natureza universal, qual seja a Declaração Universal dos Direitos Humanos. O Conselho de Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU) aprovou por consenso em junho de 2011, os Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos feito pelo Representante Especial do Secretário-Geral das Nações Unidas, o Professor John Ruggie. Esses princípios têm como objetivo aprofundar o debate acerca das obrigações das empresas em matéria de direitos humanos. Conforme o Relatório "Empresas e Direitos Humanos" (CONNECTAS, 2012, p. 2), os três pilares dos Princípios Orientadores são: "(1) Proteger: a obrigação dos Estados de proteger os direitos humanos; (2) Respeitar: a responsabilidade das empresas de respeitar os direitos humanos; (3) Reparar: a necessidade de que existam recursos adequados e eficazes, em caso de descumprimento destes direitos pelas empresas".

Com relação ao dever do Estado de proteger os direitos humanos, o Princípio 1, define que os "Estados devem proteger contra violações dos direitos humanos cometidas em seu território e/ou sua jurisdição por terceiros, inclusive empresas. Para tanto, devem adotar as medidas apropriadas para prevenir, investigar, punir e reparar tais abusos por meio de políticas adequadas, legislação, regulação e submissão à justiça" (CONNECTAS, 2012, p. 4). Com relação a responsabilidade das empresas de respeitar os direitos humanos, isso significa, conforme o Princípio 11, que "devem se abster de infringir os direitos humanos de terceiros e enfrentar os

impactos negativos sobre os direitos humanos nos quais tenham algum envolvimento” (CONNECTAS, 2012, p. 10).

E por último, com relação ao acesso e mecanismos de reparação, o Princípio 25 defende que “como parte de seu dever de proteção contra violações de direitos humanos relacionadas com atividades empresariais, os Estados devem tomar medidas apropriadas para garantir, pelas vias judiciais, administrativas, legislativas ou de outros meios que correspondam, que quando se produzam esse tipo de abusos em seu território e/ou jurisdição os afetados possam acessar mecanismos de reparação eficazes” (CONNECTAS, 2012, p. 19).

Na era industrial, a liderança empresarial é sempre apresentada pela metáfora do líder visto como um herói. Com essa imagem, espera-se que ele seja um sujeito ativo, capaz de visualizar o futuro, visando ter uma boa comunicação e ser um bom estrategista. Além disso, esse empresário-herói deve ser capaz de inspirar e motivar os seus liderados, direcionar tarefas a eles e, juntamente com isso, avaliar e recompensar o desempenho dos mesmos (FLETCHER, 2004). Ele empresário-herói da era moderna deve ser capaz de desenvolver uma visão ampla das pessoas que fazem parte da sua equipe, visando sempre associar os objetivos organizacionais com os objetivos pessoais, e deve ser capaz de incentivar e inspirar colegas de trabalho sempre de forma positiva (Hoert et al., 2018; Koenig et al., 2018).

Essa imagem do líder como alguém que é capaz de superar quaisquer barreiras, associada a um indivíduo extraordinário, um herói conhecedor dos caminhos que levam ao alcance dos objetivos traçados (sempre!), não está compatível com os dias atuais (O’Connell, 2014). Conforme Silva, Aradi e Alvim (2022), a classe dos empresários não se preocupa mais em solucionar os problemas causados por algumas situações, mas sim em formas de enriquecer cada vez mais a partir dessas situações. Assim, considerando a análise dos autores, a reflexão que fica é “qual é a importância do ser humano dentro das organizações quando se trata do interesse corporativo e do empresariado?” (SILVA, ARADI, ALVIM; 2022, p. 701),

Para Corrêa e Ribeiro (2022, p. 23), as pessoas são “um dos principais ativos das organizações”, visto que “as ações dos membros de uma equipe, proporcionam impacto no desempenho das empresas, as atividades desenvolvidas presencialmente geram uma condição de acomodação e conformidade uma vez ser a forma que tradicionalmente as organizações operam.” Corrêa e Ribeiro (2022) afirmam que as situações de crise social acabam impondo uma mudança comportamental nas organizações, gerando consequentemente mais visibilidade para o papel das empresas e maior destaque para a reponsabilidade das empresas para com a sociedade em busca de mitigar os impactos negativos de uma situação de crise.

2.2 Implicações morais e práticas do negacionismo na pandemia de COVID-19

No final do século XX e início do século XXI, ocorreram mudanças significativas, em âmbito mundial, dentre elas a globalização, o aumento da concentração de riquezas em poucas nações e corporações que levam aos jogos de poder, o aquecimento global, as mudanças tecnológicas (internet, redes sociais, comunicação por satélite, inteligência artificial etc.). Essas mudanças geraram conflitos filosóficos a respeito da teoria do conhecimento e da ciência. Assim, determinada realidade acaba gerando a produção de um discurso ideológico que, de acordo com Hettwer (2021, p. 20), "encobrem e a mascaram, preservando privilégios de poucos diante da maioria de explorados". Nesse contexto, também surge e se insere a negação da ciência. Para Hettwer (2021, p. 24), "os desafios da ciência são ainda maiores na etapa monopolista do capital, à medida que há a mercantilização/segregação científica contemporânea, que busca torná-la objeto de lucros, negligenciando as necessidades humanas".

Além das mudanças acima citadas, mais recentemente, a pandemia de COVID-19 trouxe incertezas, mudanças e conflitos. E um dos aspectos significativos foi a associação entre essa pandemia e os movimentos negacionistas contra distanciamento social, contra confinamento (lockdown), contra vacinas, contra a ação diretiva governamental na busca por preservação da vida dos cidadãos, e a favor de medicamentos e tratamentos não cientificamente comprovados como eficazes contra a doença provocada pelo Coronavírus.

A negação da ciência é uma ideologia, segundo Hettwer (2021, p. 23), visto que "o termo ciência vem do latim *scientia*, que significa 'conhecimento'. É o campo da atividade humana que se dedica à construção de um conhecimento sistemático e seguro a respeito dos fenômenos do mundo". Assim, para Hettwer (2021, p. 21), a ideologia é definida como "o conjunto de representações e ideias, bem como de normas de conduta, por meio das quais o indivíduo é levado a pensar, sentir e agir da maneira que convém à classe que detém o poder". Para o autor, a ocorrência de um conflito leva à busca pela reflexão acerca do papel da ciência para a humanidade. Se isso ocorre em um contexto capitalista, "as necessidades humanas que deveriam objetivar a ciência ficam alijadas pelo domínio do capital e sua busca pelo lucro" (HETTWER, 2021, p. 29).

Ao analisar a diferença entre ceticismo e negacionismo, David e Corrêa (2020, p. 166) afirmam que o negacionismo é a atitude de ignorar deliberadamente algo que não suportamos reconhecer. Enquanto a dúvida que caracteriza o ceticismo é dada como algo que permanece no centro do conhecimento, que deve buscar ser honestamente reconhecida e representa a sua força transformadora. Entretanto, caso a dúvida seja explorada visando atender interesses extra

científicos, David e Corrêa (2020, p. 162) afirmam que "a dúvida constitui um ponto frágil no universo das reivindicações de conhecimento das ciências". Dessa forma, o negacionismo é definido pelos autores como "a negação sistemática de fatos históricos e de consensos alcançados pelas ciências – constitui uma das formas contemporâneas de emprego da dúvida contra as afirmações científicas e, principalmente, contra políticas públicas baseadas nestes conhecimentos" (DAVID; CORRÊA, 2020, p. 162).

Conforme David e Corrêa (2020, p. 159), "as estratégias negacionistas visam impedir a tomada de decisões político-administrativas baseadas nos consensos científicos que contrariam interesses financeiros ou ideológicos". Para exemplificar e ao mesmo tempo despertar a reflexão por parte dos leitores, David e Corrêa (2020, p.163) recorrem ao livro de Oreskes e Conway, de 2010, *Merchants of Doubt*. Nesse livro, são apresentadas questões que buscam questionar ou negar determinadas afirmações de pesquisadores científicos a respeito das mudanças climáticas e outras questões que são de interesse do público. No livro, cientistas que se destacaram anteriormente em seus campos de pesquisa, passaram a opinar em matérias que não faziam parte da sua área, negando dados de pesquisas científicas e lançando dúvidas sobre suas conclusões e sobre a existência de consenso entre os especialistas sobre o assunto.

De acordo com Oreskes e Conway (2010, p. 6), a "estratégia teria sido primeiramente adotada para refutar a correlação entre o hábito de fumar cigarros e algumas doenças, dentre elas o câncer". Assim, quando ocorresse a negação que dados obtidos fossem conclusivos, os cientistas veriam isso como uma chance de poder duvidar da ciência. Oreskes e Conway (2010, p. 6) apresentam como o viés de exploração/instrumentalização da dúvida, a partir do qual a indústria do tabaco disseminava documentos e campanhas negacionistas, mesmo tendo total ciência que o fumo é prejudicial à saúde e até mesmo é associado com ao desenvolvimento de determinados tipos de câncer. Determinados conjuntos de ações foi nomeado pelos autores como "estratégia do tabaco".

Além de uma ideologia, o negacionismo tem método. David e Corrêa (2020, p. 164) avaliam que "faz parte da 'estratégia do tabaco' o financiamento de pesquisas que possam: (I) levantar dúvidas sobre os trabalhos aceitos pela comunidade científica, (II) cooptar cientistas para avaliar as dúvidas e (III) publicizar as dúvidas geradas sobre os consensos em documentos pseudocientíficos". Além disso, os autores expõem que os recursos financeiros que vêm das indústrias que estão interessadas em negacionismos são encaminhados a grupos de pesquisa acadêmicos que podem contribuir para que continue ocorrendo a negação.

Conforme David e Corrêa (2020, p. 164) "faz parte da estratégia negacionista acusar pesquisadores de serem politicamente motivados ao apoiarem as regulamentações mais

restritivas". Dessa forma, são realizados investimentos por grandes corporações com o objetivo de criar e propagar discursos negacionistas, que vão contra os seus interesses ideológicos e econômicos das companhias que atuam em um determinado setor da economia. Para produzir a dúvida (negacionista), esses investimentos são dirigidos contra a comunidade acadêmica, as universidades e a própria pesquisa científica. David e Corrêa (2020, p. 164) afirmam que "não é surpreendente que as instituições científicas tenham sua reputação minada e seus posicionamentos encarados com desconfiança pela opinião pública".

Outro ponto destacado por David e Corrêa (2020, p. 164) é que "os porta-vozes do negacionismo são obviamente mais bem treinados para intervenções nos meios de comunicação que os cientistas que passam a maior parte do tempo se dedicando às pesquisas". Segundo Oreskes e Conway (2010, p. 267-268), os negacionistas "insinuam que, se a ciência não é capaz de fornecer certezas, é porque ou está incompleto, ou há algo de errado com ela". Assim, conforme Oreskes e Conway (2010, p. 34) a dúvida torna "a ciência vulnerável à deturpação, porque é fácil colocar as incertezas fora do contexto e criar a impressão de que tudo está indefinido".

A pandemia de COVID-19 trouxe muitas questões para a população mundial, as empresas e os governos dos países, estados e cidades, visto que, além de ser uma crise sanitária, promoveu mudanças drásticas no sistema capitalista. Para que a propagação do vírus fosse controlada, os governos federais adotaram os protocolos da Organização Mundial da Saúde (OMS). A OMS – World Health Organization (WHO, 2015) definiu emergência como "uma necessidade para ação imediata, não rotineira e coordenada".

No Brasil, coube aos governadores dos Estados adotar um protocolo sanitário que foi recomendado pela OMS, o qual recomendava o distanciamento social (quarentena) realizado pela população. Tal procedimento sanitário e emergencial visava um isolamento doméstico, além do fechamento de comércios e serviços não essenciais (UOL, 2020). O governo federal, a partir do presidente em exercício, se posicionou contrário a esse protocolo com base no falso dilema: economia versus saúde. Esse posicionamento assumia que as mortes seriam poucas e inevitáveis, era preciso priorizar a economia (El País Brasil, 2021; UOL, 2020).

Conforme Couto, Correia e Carrieri (2022, p. 3) "o governo de Jair Bolsonaro fez uso deliberado de estratégias discursivas para criar, a partir de um exercício destrutivo de liderança (ou antiliderança), um cenário de descoordenação. O palco da pandemia tornou-se uma arena de disputas políticas cujas prioridades foram alocadas na preservação de sua imagem política". Assim, em relação à posição do presidente contra o protocolo sanitário, que foi recomendado pela OMS, os autores apresentam uma fala do presidente para o jornalista Augusto Nunes, na

qual ele diz “o que alguns governadores mais querem é que eu tome a decisão para 'trazer o problema para o meu colo' e dali qualquer morte que acontecer, começar a me culpar, e começar a massificar” (COUTO; CORREIA; CARRIERI, 2022, p. 10).

Conforme Caponi (2020, p. 210), para entender a letalidade do Coronavírus e o elevado número de mortos pela pandemia de COVID-19 deve ser observada a diferença entre três questões que ocorreram antes da pandemia, sendo elas: "questões epistemológicas vinculadas ao negacionismo científico; questões ético-políticas vinculadas aos direitos humanos; estratégias vinculadas à razão neoliberal". No campo da sociologia, Caponi (2020, p. 211) define que “o negacionismo se traduz na aceitação de intervenções sem validação científica”. Alguns caminhos devem ser seguidos para evitar a proliferação de discursos negacionistas, ou seja, "devem ser ouvidos os argumentos apresentados pelos expertos (e evitados os falsos expertos) não só epidemiologistas, infectologistas, sanitaristas, mas também cientistas sociais, educadores, psicólogos".

Para Caponi (2020, p. 210), o negacionismo foi adotado pelo atual governo já na campanha eleitoral, em um discurso que colocava em dúvida o trabalho científico dos pesquisadores nas universidades e institutos de pesquisa, que questionava os avanços (ainda que tímidos) pelos direitos das populações vulneráveis e que ficam ainda mais vulneráveis em situações de epidemia e pandemia (comunidades indígenas, LGBT, populações de rua, mulheres em situação de violência etc.). O fator que leva as autoridades a encarar a crise sanitária da COVID-19 de forma negacionista é a priorização da economia ao invés de vidas. Caponi (2020, p. 216) relaciona o negacionismo com a razão neoliberal, marco geral que explica por que “tantos estados repetem essa oposição como se de fato fosse possível imaginar conquistas econômicas edificadas sobre cadáveres”. Assim, de acordo com Caponi (2020, p. 217) "para entender como se naturalizou essa lógica que defende a manutenção do mercado, mesmo que isso possa custar a vida de nossos seres mais queridos, é preciso lembrar que o neoliberalismo não só produz serviços e bens de consumo, ele também produz modos de ser do sujeito".

Para Sousa Filho (2020), o negacionismo se refere a um obscurantismo cínico. Os negacionistas buscam abalar a confiança da sociedade no conhecimento que é produzido pelas diversas ciências. Os negacionistas sabem que o conhecimento científico é baseado em evidências (pesquisadas, controladas, comprovadas) e que, em ciência, não há espaço para afirmações baseadas em crenças sem fundamento, em ilações sem provas, em hipóteses que não sejam testadas, verificadas e que não possam ser discutidas e reproduzidas por outros cientistas (SOUSA FILHO, 2020, p. 2). Conforme Sousa Filho (2020, p. 3) o "cinismo político

próprio de uma extrema-direita ou de uma direita política sem ilustração que desafortunadamente conseguem arrastar consigo multidões de desescolarizados, analfabetos do conhecimento científico e outros tantos (cínicos) conscientes do que fazem".

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Abordagem dos dados da pesquisa

A abordagem qualitativa é adotada nesta pesquisa, pois busca conhecer a natureza de um fenômeno (DENZIN; LINCOLN, 2010; SILVERMAN, 200; STAKE, 2011). A presente pesquisa trata dos valores empresariais, em um determinado tempo e contexto, especificamente na crise provocada pela pandemia de COVID-19, no Brasil, visto que esses valores são parte da complexidade da vida social. Godoy (1995, p. 58) afirma que a realização de uma pesquisa qualitativa “envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada”. Todo esse processo tem como objetivo a compreensão dos fenômenos a partir das perspectivas do sujeito que está participando do estudo.

Com relação ao método, foi utilizado, nessa pesquisa, o estudo de casos múltiplos. De acordo com Yin (2001, p. 21) “o estudo de caso contribui, de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos”. Assim, é possível captar valores empresariais diante da complexidade da vida social em situações de crise provocada pela COVID-19 no Brasil.

3.2 Coleta de dados

A análise argumentativa é o método que guia a coleta e a análise dos dados, na presente pesquisa. Tal método implica “trazer o argumento para o primeiro plano da pesquisa social” (LIAKOPOULOS, 2010, p. 218-219). A argumentação refere-se a uma “série de afirmações” nas atividades verbais ou escritas, com “o objetivo de justificar, ou refutar, determinada opinião, e persuadir uma audiência” e, assim, se tornam parte do contexto geral em que são produzidos. Nesta pesquisa, ao pesquisar as declarações em que os empresários assumem um posicionamento contrário às medidas de distanciamento social, serão analisados os valores presentes ou ausentes nesses argumentos.

O esquema para a análise argumentativa, conforme Liakopoulos (2010) e Toulmin (2001) são: os dados do texto ou da fala, as garantias ou ideias implícitas que sustentam o argumento (“pois”, “sendo que”), os apoios (“porque”) ou formas explícitas de validação, refutação (“a não ser que”) ou tipos de contestações do argumento, e proposições (“desse modo

provavelmente”). Quanto aos valores na argumentação, Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014, p. 84) afirmam que “os valores intervêm, em um dado momento, em todas as argumentações”. O autor do argumento utiliza valores para “motivar o ouvinte a fazer certas escolhas em vez de outras” e ainda para justificar tais escolhas, para que essas se tornem aceitáveis e sejam aprovadas por outros.

Para Bauer e Gaskell (2008, p. 218, “toda fala que inclui debate se desenrola ao redor de um bloco básico: o argumento”. Com relação ao sentido das palavras política e retórica, Bauer e Gaskell (2008, p. 218) afirmam que os seus sentidos “mudaram desde os tempos de Aristóteles, mas a maneira como as pessoas se organizam em sociedade e discutem sobre isso é ainda a mesma”. Também para os autores, a argumentação (uma série de afirmações) se refere a uma atividade verbal ou escrita que objetiva justificar ou refutar determinada opinião e persuadir uma audiência. Portanto, a argumentação tem papel social e político. O argumento é “uma ferramenta de mudança social, na medida em que pretende persuadir uma audiência em foco”, conforme Bauer e Gaskell (2008, p. 218). O “argumento é tão válido quanto é o raciocínio existente por detrás dele” (BAUER; GASKELL, 2008, p. 219). Para os autores, “o argumento mais simples toma a forma de uma proposição ou de uma conclusão precedida por fatos (dados) que a apoiam” (BAUER; GASKELL, 2008, p. 220).

Na presente pesquisa, esses fatos estão relacionados à pandemia de COVID-19, que provocou uma situação de emergência na saúde e trouxe impactos para a economia e a administração de empresas. No caso brasileiro, essa situação também tem um componente político, pois o presidente do país à época não se posicionou favoravelmente à vacinação e ao distanciamento social (ou ao lockdown que não foi decretado no país). O distanciamento social foi decretado por governadores dos estados da federação. Durante o período da pandemia no país, esteve presente o negacionismo por parte da sociedade, especificamente para os propósitos da presente pesquisa, esteve presente o negacionismo de empresários.

A seleção do público da pesquisa foi de natureza não probabilística. Nesta perspectiva, o pesquisador busca aqueles indivíduos que, de alguma forma, possam contribuir, consideravelmente, para a compreensão do fenômeno pesquisado e/ou com o desenvolvimento da teoria em estudo (GOODE; HATT, 1979). A pesquisa foi conduzida na internet, com a coleta de reportagens de jornais e revistas, vídeos e website de empresa, para compor o público pesquisado: empresários com posicionamento/declaração contrários ao distanciamento social durante a pandemia COVID-19, no Brasil. Considera-se também que “do ponto de vista metodológico, a melhor maneira para se captar a realidade é aquela que possibilita ao

pesquisador ‘colocar-se no papel do outro’, vendo o mundo pela visão dos pesquisados” (GODOY, 1995, p. 61).

A técnica de coleta de dados empregada no estudo é a pesquisa documental na Web, com o uso da internet, buscando dois formatos de material: reportagens e vídeos. Assim, foi utilizado a aplicação de algumas palavras-chave que guiassem o processo da coleta de dados. Posteriormente, foi realizado buscas sobre os sites das empresas de propriedade dos empresários que tiveram os seus discursos analisados. Os documentos, considerados como "a sedimentação das práticas sociais" (MAY, 2004, p. 205), "têm o potencial de informar e estruturar as decisões que as pessoas tomam; eles também constituem leituras particulares dos eventos sociais", das aspirações e intenções, e fornecem descrições de lugares e relações sociais de uma determinada época e lugar. Uma limitação fundamental da pesquisa documental, é que a informação, aqui, circula em sentido único; o pesquisador não pode exigir precisões suplementares (CELLARD, 2008). Desse modo, uma peculiaridade da presente pesquisa é que a Internet é um instrumento pelo qual os dados serão coletados e também o lugar em que os documentos estão arquivados, portanto o lugar em que a pesquisa se realiza (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2015; HINE, 2005).

Um total de 22 reportagens foi coletado, sendo publicações no período de 03/2020 a 01/2022 (Quadro 1). Inicialmente, foi realizada uma pesquisa utilizando o programa de busca Google sobre "empresários contra a COVID-19", "empresários contra o fechamento de comércio na pandemia COVID-19", "empresários contra o distanciamento social COVID-19" e "empresários contra a quarentena COVID-19". Em uma segunda etapa, após selecionar e localizar algumas reportagens, estas mesmas reportagens indicavam outros *links* que continham outras reportagens com conteúdo sobre mesmo tema pesquisado. Esses *links* foram acessados, assim, a pesquisa foi sendo conduzida indo de um *link* para o próximo *link* sugerido, sempre considerando o objetivo geral da pesquisa. O Apêndice I apresenta as reportagens e os links.

No total foram encontrados 6 vídeos entre o período de 03/2020 a 06/2021 A pesquisa foi realizada na plataforma do Youtube utilizando as palavras "empresários contra a pandemia, "empresários contra o fechamento do comércio" e "empresários pedem reabertura do comércio na pandemia". Assim, a pesquisa foi conduzida com alguns vídeos indicando o link para outros vídeos. Os vídeos foram selecionados de acordo com o maior número de visualizações, com o objetivo de trazer uma maior efetividade para alcançar os objetivos da pesquisa. Além disso, os vídeos selecionados buscaram trazer jornais populares que possui uma credibilidade na plataforma. O Apêndice II apresenta os vídeos e os *links*.

Quanto à pesquisa ao website das empresas, esses foram pesquisados para identificar se havia algum posicionamento oficial da organização sobre o tema pesquisado; e, também, para que se pudesse identificar e checar informação sobre o empresário, descrever de forma sucinta as atividades da empresa e do setor econômico em que ela atua. Levando em consideração todo o processo de coleta de dados da presente pesquisa, os empresários que serão analisados no decorrer do estudo são: Roberto Justus, Luciano Hang, Júnior Durski, Alexandre Guerra, Carlos Wizard e Marcelo de Carvalho

Quadro 1 - Lista de reportagens pesquisadas

Nº	Data de acesso	Título da Reportagem	Fonte
1	13/07/2022	Quem é Otávio Fakhoury, empresário que senadores dizem ter financiado a divulgação de fake news sobre a pandemia	Portal de Notícias G1
2	13/07/2022	Empresário diz que não tomou vacina contra Covid-19 e questiona uso de máscara	Portal de Notícias IG
3	13/07/2022	Carlos Wizard: quais os negócios do bilionário investigado na CPI da Covid	Portal de Notícias Uol
4	13/07/2022	Perfil de herdeiro do arroz Prato Fino ataca vacina; 'hackeado', diz ele	Portal de Notícias Uol
5	13/07/2022	Sem distanciamento, Hang inaugura loja da Havan com apoio do SBT e RedeTV	Portal de Notícias Isto É
6	13/07/2022	Isolamento social por coronavírus gera “polarização” entre empresários do país	Jornal Estado de Minas
7	13/07/2022	“Quero ficar vivo”o dono de bar no Rio que é a favor do lockdown	Portal de Notícias Uol
8	13/07/2022	Mergulhado no “discurso da estupidez” Brasil está se acostumando à multiplicação das Mortes	Jornal Folha de S. Paulo
9	13/07/2022	Empresários tomam vacina às escondidas	Jornal Folha de S. Paulo
10	14/07/2022	Empresários se posicionam contra o possível fechamento do comércio de BH	Jornal Estado de Minas
11	14/07/2022	A lista dos empresários que bateram palmas para Bolsonaro	Jornal Congresso em Foco
12	14/07/2022	Contra fechamento do comércio, empresários protestam e travam trânsito em São Joaquim	Portal de Notícias Muita Informação
13	14/07/2022	Há um ano, empresários minimizavam pandemia: “5 ou 7 mil vão morrer”	Portal de Notícias Brasil de Fato
14	15/07/2022	Lockdown: fechamento alarma os empresários e gera protestos por todo o país	Revista Voto

15	15/07/2022	Luciano Hang, Junior Durski e mais: o que empresários estão falando sobre a quarentena	Jornal Gazeta do Povo
16	15/07/2022	Coronavírus: Empresários minimizam pandemia e são criticados na internet	Jornal Correio Braziliense
17	15/07/2022	Evento com Luciano Hang e Esquiva Falcão gera aglomeração sem máscara na Havan	Jornal Folha de S. Paulo
18	15/07/2022	Coronavírus: Ministério Público do Trabalho vai investigar distribuição de “kit Covid” por empresas revelada pela BBC.	Portal de Notícias Uol
19	15/07/2022	Empresário do RJ compra ivermectina para funcionários com covid continuarem trabalhando	Portal de Notícias Uol
20	15/07/2022	Bolsonaro e Maia politizam temor de empresários com risco econômico do vírus	Jornal Folha de S. Paulo
21	15/07/2022	Vídeo onde Wizard debocha de mortes por COVID é exibido na CPI	Jornal Estado de Minas
22	16/06/2021	Por que Carlos Wizard virou alvo da CPI da Covid	Jornal Nexo

Fonte: dados da pesquisa

Quadro 2 - Material audiovisual utilizado a partir da plataforma Youtube

N °	Título do vídeo	Números de acessos	Duração	Data da postagem	Canal
1	Empresários criticam medidas do governo e temem colapso da economia.	22.185	2:30	24/03/2020	UOL
2	Me desculpem se fui mal interpretado, diz dono do Madero após comentário sobre mortes por Covid-19.	18.338	2:11	25/03/2020	UOL
3	Marcelo de Carvalho, dono da Rede TV! quer fim da quarentena	26.477	1:56	25/03/2020	UOL
4	Justos se defende após áudio vazado sobre coronavírus.	117.834	6:52	23/03/2020	UOL
5	Carlos Wizard depõe à CPI da Covid.	118.690	6:25:51	30/06/2021	BBC News Brasil
6	Fundador do Giraffas explica afastamento do filho por declaração polêmica sobre Covid-19.	50.109	2:50	25/03/2020	UOL

Fonte: dados da pesquisa

A análise das reportagens e vídeos seguiu a orientação de Toulmin (2001). Na análise de Toulmin (2001), o argumento é analisado seguindo o esquema da Figura 1. Na presente pesquisa, a análise dos argumentos foi realizada com ênfase nos dados, na conclusão e nas justificativas dos argumentos dos empresários pesquisados e nos valores presentes e ausentes desses argumentos.

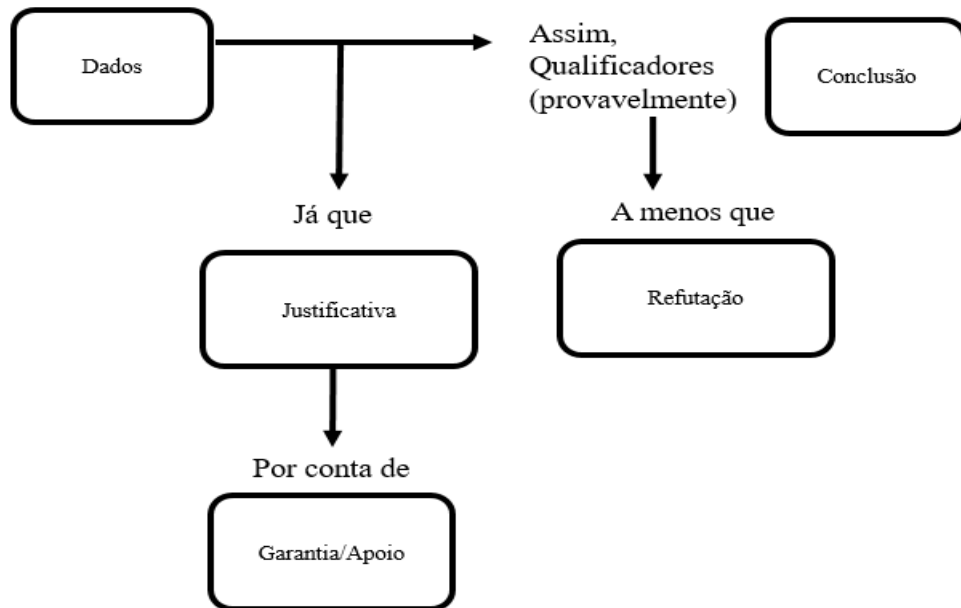


Figura 1: Modelo de Análise da Argumentação de Toulmin (2001)

Fonte: elaborada pela autora a partir de Toulmin (2001, p. 150)

O Esquema de Argumento de Toulmin (2001) traz uma análise estrutural acerca de uma distinção entre as partes que instituem um argumento. Assim, esse esquema é capaz de identificar os elementos fundamentais de um argumento, e, ao mesmo tempo, identificar as relações que existem entre eles.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Empresários Pesquisados e Análise das Entrevistas

4.1.1 – Roberto Justus – Apresentação

Roberto Justos é empresário, investidor, administrador, publicitário e apresentador de televisão brasileiro. Ele criou o grupo Newcomm Comunicação Integrada e iniciou sua carreira como apresentador no *reality show* O Aprendiz. Além do programa, ele apresentou outros *realities* como o show de famosos, A Fazenda e o *reality show* Power Couple.

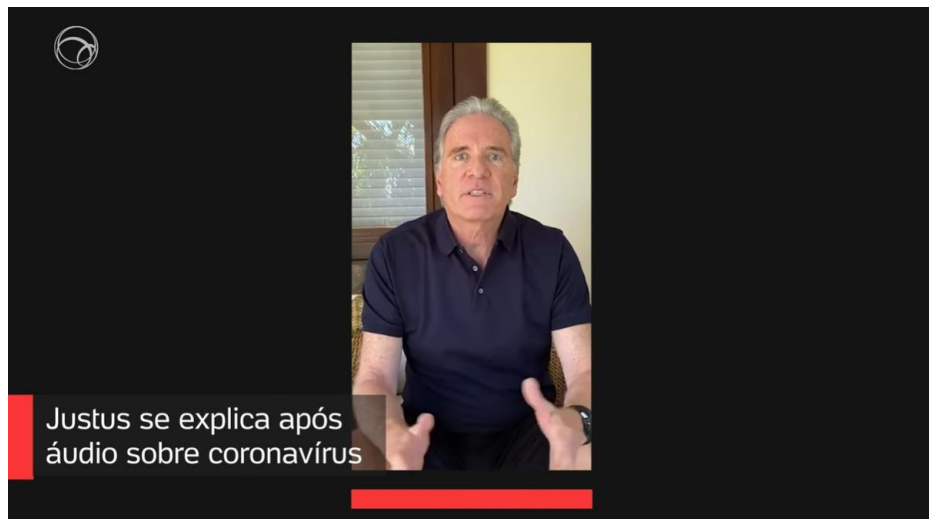


Figura 2 - Tela do Vídeo do Empresário Roberto Justus

Fonte: Youtube – UOL (2020) – Vídeo 4

Se nós olharmos para o número de casos no mundo, são 300 mil casos no planeta inteiro, são 15 mil mortos, é uma pena que não houvesse nenhum morto, ninguém consegue lidar com pessoas morrendo, é muito triste, não tenho dúvida disso, **mas 15 mil mortes pra 7 bilhões de habitantes é um número muito pequeno....** Não justifica uma **reação tão exarcebada que destrua um país que vai levar anos para recuperar...** Quantas outras doenças matam muito mais. Da gripe comum, da influenza, nós temos aí 5 milhões de casos no mundo graves, 10% morre, 500 mil pessoas... no coronavírus morreram 15 mil no mundo inteiro até agora, da gripe são 500 mil...**To tentando minimizar esse exagero, essa histeria que se criou...** Vamos isolar os nossos idosos e as pessoas que tem problemas de saúde para que não se contaminem, **vamos liberar o resto.** O saudável quando pega o vírus, ele é uma gripe, não é uma coisa tão grave... **A economia tem que rodar,** se não o drama vai ser infinitamente maior, é só olhar número, é só pensar um pouco e vocês vão concordar comigo. Os governantes, a própria mídia exagera um pouco... porque querem fazer o politicamente correto... Esse *lockdown* mundial, total, não é benéfico, não vai resolver o problema, pelo contrário, vai criar um novo problema muito maior, acreditem nisso, é isso que eu quis dizer... Os mortos a gente lamenta demais, cada 1 morto, quanto

mais 25 ou 30, mas não podemos deixar de analisar sob espectro geral o quanto isso representa, não é muito por enquanto, e mesmo que aumente 10 vezes ou 20 vezes, perto de 210 milhões de pessoas que vivem nesse país, **ainda é muito pouco para fazer todos outros sofrerem todas essas dramáticas consequências.** (Vídeo 4)

Nós estamos vindo de anos de recessão, de problemas, de queda do nosso PIB, e agora nós vamos conseguir destruir. O que acontece com isso? Um problema social sem precedentes. Sim, as pessoas vão morrer. Você sabe que muita gente se mata por problemas econômicos. A tristeza de não poder alimentar os seus filhos, perder o seu emprego. Um sorveteiro deu um grande exemplo, ele falou: “não vou morrer do vírus, vou morrer de fome” (Reportagem 13)

Quadro 3 - Apresentação dos Argumentos de Roberto Justus

Argumentos do Empresário Roberto Justus			
Dados	Conclusão	Justificativas	Valores Presentes Valores Ausentes
Mortes por conta do caos financeiro que a pandemia COVID-19 iria causar no país. Assim, as pessoas morreriam de fome pela falta de emprego e dinheiro, além da morte pelo vírus COVID-19 (Vídeo 4) Economia do país piorando por conta da pandemia COVID-19, visto que o fechamento de comércio gerou muito desemprego, além de muitas empresas não conseguirem arcar com os salários dos seus funcionários. (Reportagem 13)	Minimização das mortes causadas pelo vírus COVID-19.	O distanciamento social é pior, atrapalha a economia do país e faz as pessoas morrerem não só de COVID, mas também de fome.	VP - A sobrevivência da economia no país. VA – A sobrevivência das pessoas.

Fonte: elaborado pela autora.

Levando em consideração o que foi mencionado por Roberto Justus no Vídeo 4 e na Reportagem 13 é possível dizer que o único valor presente para o empresário é a sobrevivência da economia no país, visto que as suas falas afirmam que as mortes que existiriam durante a pandemia COVID-19 seria causada pelo caos financeiro. Assim, podemos notar uma minimização das mortes causadas pelo vírus COVID-19 por parte do empresário. As suas falas durante o período que ocorreu a pandemia acarretaram problemas maiores para a população, visto que a todo momento o empresário dizia que a mídia exagerava nas informações sobre o Coronavírus em prol de fazer o "politicamente correto".

4.1.2 – Luciano Hang – Apresentação

Luciano Hang é empresário e fundador da rede de lojas de departamento Havan, juntamente com seu sócio Vanderlei de Limas.

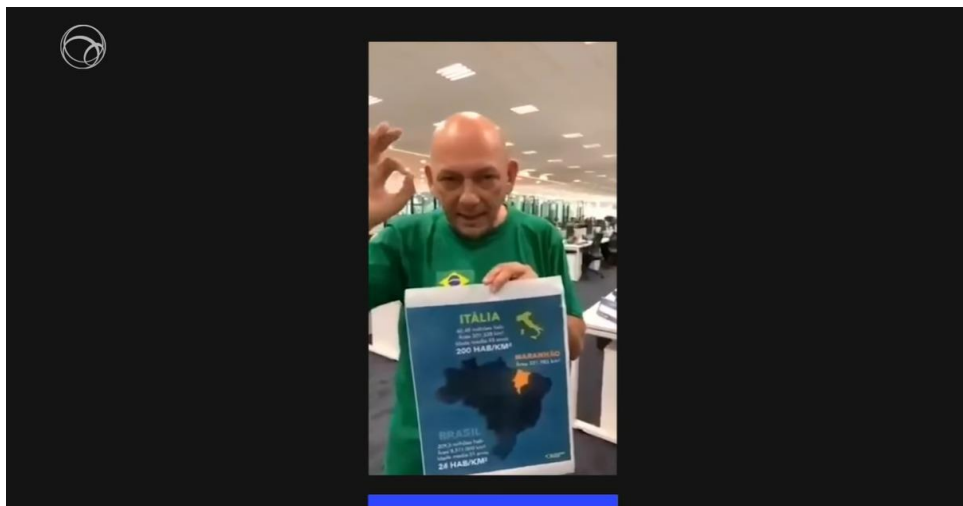


Figura 3 - Tela do Vídeo do Empresário Luciano Hang

Fonte: Youtube – UOL (2020) – Vídeo 1

O dano na economia vai ser muito maior do que da pandemia... O Brasil já está parado. Preservar o emprego nesse momento é a mais importante medida que devemos ter (Reportagem 13)

O que estamos vendo nesse país hoje, eu acho que é uma histeria que não deveria estar acontecendo (Vídeo 1)

O dano vai ser muito maior do que na pandemia. Desligar (a economia) é fácil, como vamos voltar? (Reportagem 6)

O Brasil já está parado. **Preservar o emprego nesse momento é a mais importante medida que devemos ter...** O coronavírus se espalha rapidamente e temos de ficar reclusos, mas não por muito tempo. Precisamos de um horizonte de semanas, não de meses. Precisamos saber que isso vai passar. (Reportagem 13)

Por isso o bom senso é fundamental. Não podemos tratar um problema e excluir outro. **É preciso trazer a questão econômica para o debate, porque a economia também atinge a todos.** (Reportagem 15)

O empresário Luciano Hang afirma na Reportagem 13 que o principal e mais importante dano que a pandemia de COVID-19 pode gerar é o dano à economia do país. Ou seja, o dano econômico para o país se tornará maior que os danos causados devido às mortes pelo Coronavírus. Além disso, o empresário defende que a preservação do emprego é mais importante que a realização do isolamento social recomendado pela OMS. Nota-se uma ausência de valores relacionados à sobrevivência das pessoas por parte do empresário,

juntamente com a minimização das mortes e uma preocupação excessiva com a economia do país, colocando-a acima da saúde da população e consequentemente das mortes causadas pela pandemia COVID-19.

Quadro 4 - Apresentação dos Argumentos de Luciano Hang

Argumentos do Empresário Luciano Hang			
Dados	Conclusão	Justificativas	Valores Presentes Valores Ausentes
Dano no país principalmente por conta da economia, se tornando assim muito maior do que o dano que as mortes pela pandemia COVID-19 irá causar no país. (Reportagem 13) Preservação do emprego sendo mais importante que a medida de isolamento social estabelecida pela OMS. (Reportagem 13)	Minimização das mortes causadas pelo vírus COVID-19. Preocupação excessiva com a economia, colocando-a acima da saúde e consequentemente das mortes causadas pelo vírus COVID-19.	O distanciamento social e o fechamento do comércio faz com que a economia do país se torne um caos. A pandemia é mais uma histeria que não deveria acontecer, pois existe preocupações maiores com a questão econômica do país.	VP - A sobrevivência da economia no país. VA - A sobrevivência das pessoas.

Fonte: elaborado pela autora

4.1.3 – Junior Durski – Apresentação

Junior Durski é um dos mais conhecidos e conceituados *chefs* e empreendedores do Brasil. Ele é proprietário da Rede Madero de restaurantes.

Eu me preocupo muito com cada uma das pessoas que vão morrer e que já estão morrendo com o coronavírus... **mas não pode ser desproporcional essas medidas para contenção do coronavírus**, tem que ser proporcional... **esse isolamento é muito bom, mas é bom para os ricos**, eu não tô falando mal de rico, eu também sou, eu sou um deles... mas e as pessoas que não tem, que estão na favela, eu não tô preocupado comigo, eu não tô preocupado, eu não tenho problema com isso... nós temos condições de passar pela crise, mas os pequenos não tem... **as empresas grandes não vão quebrar, as empresas pequenas vão quebrar todas.** (Vídeo 2)

Eu sei que nós temos que chorar, e vamos chorar. Mas nós não podemos parar por **5 ou 7 mil pessoas que vão morrer**... Não pode simplesmente o infectologista decidir se tem que todo mundo parar independente das consequências. (Reportagem 13)

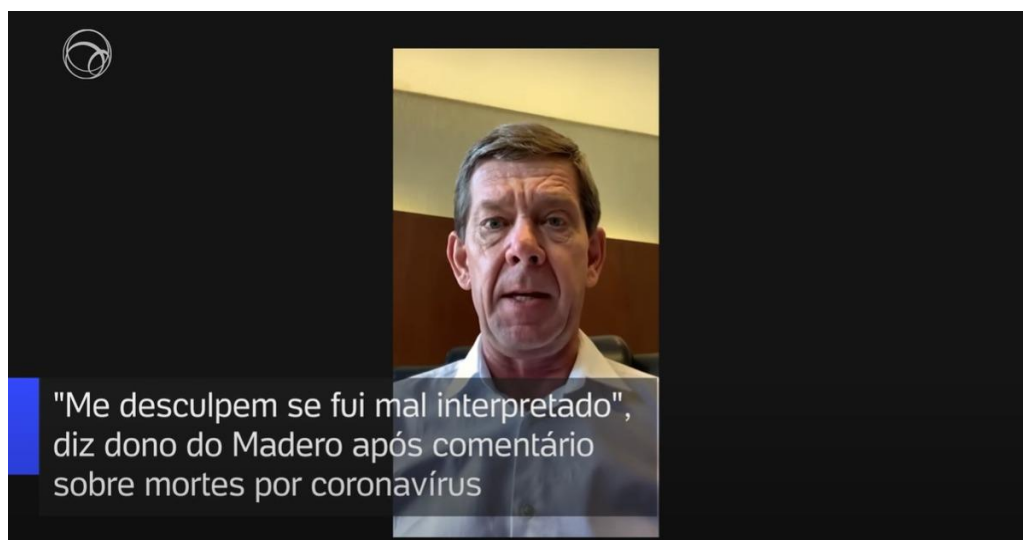


Figura 4 - Tela do Vídeo do Empresário Junior Durski

Fonte: Youtube – UOL (2020) – Vídeo 2

Quadro 5 - Apresentação dos Argumentos de Junior Durski

Argumentos do Empresário Junior Durski			
Dados	Conclusão	Justificativas	Valores Presentes Valores Ausentes
Medidas de contenção das mortes por conta do vírus COVID-19 são desproporcionais, visto que o isolamento só é bom para os ricos e os pobres não vão sobreviver a pandemia COVID-29 devido a questões financeiras que eles enfrentariam e os ricos não. (Vídeo 2) Não se deve parar os comércios por conta de 5 ou 7 mil mortes que podem ocorrer por conta do Coronavírus. (Reportagem 13)	Minimização das mortes devido a pandemia COVID-19. Os ricos conseguem passar pelo isolamento bem, já os pobres não.	O distanciamento social é pior, atrapalha a economia do país e algumas mortes não podem ser motivo para que o país entre em isolamento social.	VP - A sobrevivência da economia no país. VA – A sobrevivência das pessoas.

Fonte: elaborado pela autora.

O empresário Junior Durski afirma no Vídeo 3 e na Reportagem 13 que as medidas para a contenção do coronavírus não devem ser desproporcionais, assim, ele diz que o isolamento social é bom somente para os ricos e ressalta sua preocupação com os pequenos empresários, assim como o empresário Roberto Justus, sustentando o argumento que as grandes empresas vão sobreviver a pandemia, entretanto, as pequenas irão quebrar. Outro ponto importante na fala do empresário é que mesmo que ocorra 5 ou 7 mil mortes, as empresas não devem parar, independente das consequências. É evidente, a ausência de valores com relação à sobrevivência

da população na pandemia. Além disso, ocorre uma minimização das mortes pelo Coronavírus por parte do empresário Junior Durski.

4.1.4 – Alexandre Guerra – Apresentação

O empresário Alexandre Guerra pertencia ao Conselho de administração da rede de *fast-food* Giraffas quando fez declaração contrária ao distanciamento social. Após essas declarações e a repercussão nas redes sociais, seu pai Carlos Guerra, fundador, CEO e Presidente do Conselho de Administração da rede brasileira de *fast-food* Grupo Giraffas, comunicou o afastamento de seu filho e o desautorizou a falar em nome da empresa.

Inicialmente é apresentado o argumento do empresário Alexandre Guerra, fazendo-se o registro desse posicionamento divergente. Mesmo com a desautorização de Carlos Guerra, os argumentos de Alexandre Guerra foram mantidos na pesquisa e analisados devido à repercussão na época.



Figura 5 - Tela do Vídeo do Empresário Carlos Guerra

Fonte: Youtube – UOL (2020) – Vídeo 6

Sou o porta voz autorizado para dizer o que a empresa quer e faz, mas me pronuncio em consonância com os demais acionistas, integrantes do Conselho de Administração e Diretores. Mesmo após o fechamento compulsório de quase a totalidade das 400 unidades franqueadas, com corte quase total das receitas futuras da franqueadora, as primeiras decisões estavam focadas na questão de saúde, inicialmente colocando majoritariamente as equipes em home office e em seguida fechando totalmente os escritórios da empresa. Nenhum colaborador da franqueadora foi demitido. Em vídeo gravado e distribuído aos franqueados, deixei bem claro quais são as nossas prioridades e a minha opinião, solicitando explicitamente que não se precipitassem em

demitir seus colaboradores, vítimas inocentes da pandemia e preciosos para nós na futura retomada. Carlos Guerra (Reportagem 6)

Carlos Guerra teve que se pronunciar e esclarecer o posicionamento da empresa com o fechamento dos comércios durante a pandemia COVID-19, após seu filho Alexandre Guerra ter feito uma declaração afirmando que quem está com medo da pandemia COVID-19 deveria temer perder o emprego. Além disso, Alexandre Guerra, alegou que o fechamento dos comércios iria gerar um custo muito maior para o país economicamente do que as mortes causadas pelo vírus COVID-19. Após todas as atitudes do empresário é possível notar valores ausentes em suas falas quanto a sobrevivência das pessoas durante a pandemia, e valores presentes sustentando a importância da sobrevivência da economia no país.



Figura 6 - Tela do Vídeo do Empresário Alexandre Guerra

Fonte: Youtube – UOL (2020) – Vídeo 1

Você que é funcionário, que talvez esteja em casa numa boa, numa tranquilidade, curtindo um pouco esse home office, esse descanso forçado, **você já se deu conta de que, ao invés de estar com medo de pegar esse vírus, você deveria também estar com medo de perder o emprego?** Será que sua empresa tem condições de segurar o seu salário por 60, 90 dias? Você já pensou nisso? - Alexandre (Reportagem 6)

Daqui a três, quatro meses, quando essa crise inteira acabar, qual vai ser o custo para você? Porque se você pensar, custo vai ser de pessoas infectadas, de mortes em razão desse vírus, esse não vai ser o maior custo para a população brasileira, porque isso está sendo tratado. **Agora o que não está sendo tratado nem conversado é o custo que as medidas remediadoras vão ocasionar para as pessoas.** – Alexandre (Reportagem 15)

Quadro 6 - Apresentação dos Argumentos de Alexandre Guerra

Argumentos do Empresário Alexandre Guerra			
Dados	Conclusão	Justificativas	Valores Presentes Valores Ausentes
Funcionários não deveriam estar com medo somente de morrer por conta do Coronavírus, mas também de perder o emprego, pois as empresas não conseguira arcar com os custos dos salários. (Reportagem 6) O fechamento dos comércios irá gerar um custo muito maior para o país economicamente, do que as mortes causadas pelo vírus COVID-19 (Reportagem 15)	Minimização das mortes devido a pandemia COVID-19.	O distanciamento social prejudica o país e os trabalhadores que ficarão sem salários. Os danos economicos serão muitos maiores do que as mortes causadas pelo Coronavírus.	VP - A sobrevivência da economia no país. VA – A sobrevivência das pessoas.

Fonte: elaborado pela autora.

4.1.5 – Carlos Wizard – Apresentação

Carlos Martins que utiliza o nome Carlos Wizard é um empresário, executivo, escritor brasileiro e fundador da Wizard, a maior rede de ensino de idiomas do Brasil. Conforme Wizard – Website (2020), Carlos Martins não é mais proprietário da Wizard desde 2014, após venda da empresa para a Pearson. Entretanto, Carlos ainda usa “Wizard” em seu sobrenome. Carlos Wizard é sócio de outra rede de escolas de inglês, a Wise Up. A empresa Wizard manifestou em seu website que não coaduna com o posicionamento de Carlos Wizard e que ele não representa a marca Wizard.



Figura 7 - Imagem Pública do Empresário Carlos Wizard

Fonte: Jornal Nexa (2021) – Reportagem 22

Eu sou tão adepto do tratamento profilático, que a cada 15 dias eu tomo hidroxicloroquina. Tomo ivermectina, zinco e vitamina D. Já estamos com um ano de pandemia, e, até agora, não tive nenhum sintoma de COVID. Não peguei. (Reportagem 22)

Cinco óbitos de COVID. De fato teve cinco óbitos. Mas sabem quem são os cinco óbitos? Aqueles que ficaram em casa, que não foram em busca do tratamento precoce. (Reportagem 21)

Eu passei um mês em Brasília junto ao Ministro Eduardo Pazuello atuando como conselheiro ao Ministério da Saúde. Posteriormente fui convidado a assumir uma das secretarias. No entanto, eu preferi não aceitar o convite e trabalhar de forma independente e solidária ao combate do COVID-19. (Reportagem 21)

Quadro 7 - Apresentação dos Argumentos de Carlos Wizard

Argumentos do Empresário Carlos Wizard			
Dados	Conclusão	Justificativas	Valores Presentes Valores Ausentes
O tratamento precoce para a COVID-19 é eficaz. (Reportagem 22). As pessoas que morreram de COVID-19 estavam dentro de casa realizando isolamento e não foi em busca do tratamento precoce, por conta disso elas morreram. (Reportagem 21)	Combate ao COVID-19 realizado com tratamento precoce de hidroxicloroquina, ivermectina, zinco e vitamina D. Mortes causadas pela falta de tratamento precoce e não pelo vírus em si.	As pessoas precisam realizar o tratamento precoce para combater o Coronavírus, visto que as pessoas que morreram de COVID-19 estavam em casa realizando isolamento e morreram porque não fizeram uso do tratamento precoce.	VP – A sobrevivência da economia no país. VA – A sobrevivência das pessoas.

Fonte: elaborado pela autora.

O empresário Carlos Wizard declarou na Reportagem 22 que o tratamento precoce para a COVID-19 é eficaz. Além disso, o empresário afirma na Reportagem 21 que as pessoas que morreram de COVID-19 estavam dentro de casa realizando isolamento e não foi em busca do tratamento precoce e que em consequência disso elas morreram durante a pandemia. Carlos Wizard reforça a ideia de que o combate ao Coronavírus deve ser realizado com o tratamento precoce de hidroxicloroquina, ivermectina, zinco e vitamina D. Outro ponto importante na fala do empresário é que ele acredita e dissemina o discurso de que as mortes na pandemia COVID-19 são causadas pela ausência do tratamento precoce e não pelo vírus em si. Assim, podemos

notar valores ausentes nas falas do empresário Carlos Wizard quanto a sobrevivência das pessoas e valores presentes quanto a sobrevivência da economia no país.

4.1.6 – Marcelo de Carvalho – Apresentação

O empresário Marcelo de Carvalho é apresentador de televisão e empresário, sócio e vice-presidente da Rede TV!



Figura 8 - Tela do Vídeo do Empresário Marcelo de Carvalho

Fonte: Youtube – UOL (2020) – Vídeo 3

A grande parte dos empregos no Brasil são de pequenas e microempresas... isso está parado, não está entrando dinheiro. As pessoas não estão podendo comprar. As ruas estão desertas, como em tempo de guerra. Você sabe o que vai acontecer? Vai começar a mandar gente embora. **Nós corremos o risco de entrar em um colapso, em uma destruição, em uma depressão como foi a grande depressão de 1929 nos Estados Unidos ou pior...** Nós estamos no Brasil, a nossa economia vinha de mal a pior, agora tinha começado a levantar. Gente vai acabar com o país... **Nós podemos não ter 4000 mortos, mas teremos 40 milhões de desempregados...** vamos acabar o mais rápido possível com esse isolamento, com essa quarentena, com esse lockdown, vamos fazer o Brasil funcionar de novo... Vamos tomar todos os cuidados sanitários possíveis para não pegar a doença... vamos isolar os nossos idosos, vamos isolar as pessoas que têm doenças de base... mas o resto pessoal, vamos trabalhar, vamos pra rua. **Por que senão a crise vai ter os mortos do coronavírus e os mortos do colapso financeiro, nós vamos acabar com o Brasil.** (Vídeo 3)

O empresário Marcelo de Carvalho, declarou no Vídeo 3 que o Brasil corre o risco de entrar em um colapso financeiro, comparando a situação gerada pelo distanciamento social (e/ou quarentena) com o potencial para gerar um colapso econômico. Ele compara o momento vivido em 2020, no Brasil, com o colapso econômico de 1929, nos Estados Unidos e afirma que pode ser até pior. Além disso, questiona que o país, ao final, poderá ter além de 4000 mortos, devidos à pandemia, o país também corre o risco de possuir 40 bilhões de desempregados. Com esses números, o empresário espera convencer que o desemprego é o mais grave desafio a ser enfrentado por autoridades públicas e pelos empresários e também pela sociedade.

Quadro 8 - Apresentação dos Argumentos de Marcelo de Carvalho

Argumentos do Empresário Marcelo de Carvalho			
Dados	Conclusão	Justificativas	Valores Presentes Valores Ausentes
O Brasil corre o risco de entrar em um colapso financeiro como o colapso econômico de 1929 nos Estados Unidos ou pior. Além de termos 4000 mortos, teremos 40 bilhões de desempregados. As pessoas tem que voltar a trabalhar, pois caso contrário a crise vai ter os mortos do coronavírus e os mortos do colapso financeiro. (Vídeo 3)	Os idosos e as pessoas com doenças de base devem ser afastadas, entretanto, o resto deve voltar para as ruas e ao trabalho, visto que caso isso não ocorra teremos um colapso econômico.	O país corre o risco de entrar em um colapso econômico como o de 1929 nos Estados Unidos. Além de ter os mortos por conta do vírus Covid-19, teremos os mortos por conta do colapso financeiro.	VP – A sobrevivência da economia no país. VA – A sobrevivência das pessoas.

Fonte: elaborado pela autora.

O empresário reforça a ideia de que os idosos e pessoas que fazem parte desse grupo devem continuar em casa, entretanto, aquelas que não fazem parte desses grupos devem voltar para as ruas para trabalhar, visto que caso isso não ocorra o país poderá entrar em um colapso financeiro. Assim, o empresário conclui que além de ocorrer mortes no país devido ao coronavírus, também teremos mortes por conta do colapso financeiro.

4.2 Implicações Morais e Práticas dos Argumentos Empresariais Contrários ao Distanciamento Social

Em situações de crise sanitária, deve-se priorizar a economia ou a vida dos indivíduos? Essa é a questão que orienta os argumentos dos seis empresários pesquisados. Considerando o

conceito de ato moral, proposto Vázquez (2005, p. 75), pode-se confirmar pela análise de reportagens e vídeos, que os empresários acreditam que a população brasileira tem uma escolha a fazer: a população deve escolher entre morrer de fome ou morrer por conta do vírus COVID-19. De fato, o que está presente nessa argumentação é um falso dilema, pois as recomendações da OMS explicitam que o distanciamento social (e/ou quarentena) são as formas mais adequadas para lidar com a pandemia de COVID-19, tanto do ponto de vista econômico, quanto social e de saúde. Isso, porque inicialmente não existia uma vacina para combater o Coronavírus e, posteriormente, quando a vacina foi concretizada a quantidade de unidades e a distribuição dessas unidades não permitia o acesso à vacina a todas as pessoas de todos os países ao mesmo tempo ou imediatamente.

Assim, diante dessa situação de emergência sanitária, com potencial para gerar crises sociais e econômicas, é necessário que os indivíduos, especialmente aqueles que têm um papel de liderança nem organizações públicas e privadas, façam uma avaliação a respeito do que está acontecendo nessa situação, das responsabilidades e consequências que possíveis e necessárias decisões podem acarretar. Conforme Chauí (1995, p. 335), esses indivíduos precisam “avaliar e decidir sobre quais alternativas deve-se escolher”.

Nota-se, nos argumentos dos empresários pesquisados, concepções negacionistas, considerando que as recomendações de isolamento social da OMS estão fundamentadas em conhecimento científico e experiência com outras situações pandêmicas. Ainda, esse negacionismo faz parte, especialmente no caso do empresário Luciano Hang, da produção de um discurso ideológico. Essa relação entre o negacionismo científico e o discurso ideológico, conforme Hettwer (2021, p. 24), faz parte dos desafios da ciência “na etapa monopolista do capital, à medida que há a mercantilização/segregação científica contemporânea, que busca torná-la objeto de lucros, negligenciando as necessidades humanas”.

Conforme Solomon (2004, p. 11), “o empregado é um ser humano, com necessidades e direitos muito reais e distintos do seu papel na produção ou no mercado”. Porém, esses empresários propõem a volta ao trabalho imediatamente, considerando que algumas mortes seriam inevitáveis, mas não um problema ético. Pois, conforme argumentam “parar a economia” é algo desproporcional ao número de mortes que a pandemia provocará.

Apressadamente, esses argumentos podem parecer que são eticamente legítimos e que têm fundamentação nas éticas teleológicas (utilitarismo, consequencialismo etc). Mas, conforme Vázquez (2005), ao falar do utilitarismo ou da ética utilitarista, o utilitarismo não deve ser confundido com “egoísmo ético”. Pereira (2017, p. 36) define que as éticas consequencialistas “consideram que o valor moral de uma ação depende de suas

consequências", ou seja, se essa consequência for boa, a ação detém valor ou é considerada correta; e se as consequências forem ruins, a ação é considerada imoral. Assim, as falas e os argumentos do empresário Junior Durski, contrariam a definição do autor, visto que o empresário adotava uma ação incoerente, em que sua única preocupação era as empresas não fecharem e as consequências presentes a partir dessa ação seria a morte de alguns indivíduos devido ao Coronavírus.

Ao utilizar de forma “velada” a ameaça e disseminar o medo do desemprego, dizendo que os empregados deveriam temer mais o desemprego (as demissões oriundas do fechamento de empresas) do que o Coronavírus e a pandemia de COVID-19, conforme posicionamento explicitado pelo empresário Alexandre Guerra, os empresários contrariam os Princípios Orientadores do relatório sobre Empresas e Direitos Humanos aprovado por consenso pelo Conselho de Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU) em junho de 2011, visto que conforme o Relatório "Empresas e Direitos Humanos" (CONNECTAS, 2012). Esse relatório recomenda que as ações das empresas em prol dos direitos humanos devem se basear em três pilares: proteger, respeitar e reparar.

Também infringem os direitos humanos, quando recomendam tratamentos e medicamentos que não são aprovados cientificamente, ou mais grave, que são cientificamente provados ineficazes, pois induzem as pessoas a gerarem danos à própria saúde ou até mesmo gerar óbitos por falta de tratamento rápido e baseado na ciência. O empresário Carlos Wizard e Luciano Hang foram defensores do “tratamento precoce” com hidroxicloroquina, ivermectina, zinco e vitamina D. Aspecto que fez parte do discurso negacionista e ideológico contra as recomendações da OMS. O objetivo desse negacionismo e desse discurso ideológico era manter as empresas funcionando como se nada excepcional e grave estivesse acontecendo

Segundo David e Corrêa (2020, p. 159), "as estratégias negacionistas visam impedir a tomada de decisões político-administrativas baseadas nos consensos científicos que contrariam interesses financeiros ou ideológicos". Assim, as falas do empresário Carlos Wizard durante todo período da pandemia COVID-19 reforçam as estratégias negacionistas adotadas não só por parte dos empresários, mas também do Governo federal. De acordo com Couto, Correia e Carrieri (2022, p. 3), as estratégias discursivas do governo de Jair Bolsonaro visavam a “preservação da imagem política” ao defender de forma deliberada a abertura dos comércios, colocando em dúvida a eficácia do distanciamento social e da quarentena. A ideia era transferir o peso das consequências da pandemia na economia para os governadores dos estados, o que se configura um exercício destrutivo de liderança (ou antiliderança).

Silva, Aradi e Alvim (2022) afirmam que a busca incessante pela salvação da economia acima da preservação da vida das pessoas, mostra um lado obscuro dos empresários que atuam nos dias atuais como figuras importantes e influentes no mercado, visto que dão exemplo a empresários com menor expressão social, pois aqueles veem determinando comportamentos como modelos a serem seguidos para se ter sucesso no mundo dos negócios. Conforme O'Connell (2014), a imagem de um líder empresarial como alguém capaz de superar quaisquer barreiras, visto como um ser extraordinário, um herói, não é mais compatível com os dias atuais. Esse conceito se aplica ao comportamento apresentado pelos empresários analisados na presente pesquisa durante todo período de pandemia. Uma vez que os empresários pesquisados não estavam em busca de resolver o problema de emergência sanitária juntamente com o poder público local, nacional e mundial; nem mesmo preservar a saúde dos seus funcionários, mas, sim, salvar a economia a todo custo, mesmo que esse custo fosse a vida das pessoas.

Essa ideia de um exercício destrutivo de liderança (ou antiliderança) também se aplica aos empresários que se posicionaram contrariamente ao distanciamento social, cujos argumentos foram aqui analisados. E torna-se preocupante pelo papel que se espera de empresários e das empresas rumo ao que Sen (2000) propõe com o conceito de desenvolvimento como liberdade. A ideia de que a decisão e o ato moral que importa refere-se aos empregadores escolherem entre menor número de morte pela pandemia versus maior número de desemprego, conforme propõem os empresários pesquisados, não é suportada pelas recomendações da OMS, pois essa organização também esclarecia que os países que usavam de forma mais efetiva o distanciamento social, preservando vidas, conseguiriam mais rapidamente controlar o grau de contaminação e voltar a abrir as empresas do setor de comércio e serviço de forma segura.

5 CONCLUSÕES

5.1 Implicações dos Resultados da Pesquisa

A decretação pela OMS de uma emergência sanitária de natureza pandêmica e com extensão mundial implicou, nacionalmente e localmente, em diferentes cidades, que o procedimento para conter o vírus e enfrentar essa crise sanitária, emergencial e pandêmica fosse a redução de circulação da população com o fechamento dos comércios e serviços considerados não essenciais. A partir desta pesquisa, foram analisados os argumentos de empresários contrários ao distanciamento social no decorrer da pandemia COVID-19. A análise mostrou os argumentos propagados por empresários influentes no meio empresarial, devido ao tamanho de suas empresas e sua atuação em diferentes regiões do território nacional.

Ainda que a maioria dos empresários tenha aderido às medidas sanitárias, naquele momento, alguns empresários se posicionaram contrários a essa medida. Os argumentos desses empresários repercutiram em diversos canais de comunicação durante todo período da pandemia COVID-19, como um componente de um discurso ideológico que visava obrigar os seus funcionários a voltarem a trabalhar e os clientes a irem às lojas, restaurantes e demais comércios, independentemente da existência do protocolo sanitário proposto pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

Os argumentos propagados pelos empresários mostram a utilização das mesmas justificativas: ou sobrevive a economia no país ou sobrevivem as pessoas. Portanto, é um argumento baseado em um falso dilema, visto que a economia não sobrevive sem as pessoas. Com relação aos valores empresariais presentes nos argumentos de empresários contrários ao distanciamento social, no decorrer da pandemia COVID-19, a sobrevivência da economia no país é vista como um valor absoluto. E a sobrevivência das pessoas é vista como um valor ausente ou contingente, ou seja, “que depende”, desde que não impacte a economia do país. A conclusão dos argumentos é que a pandemia irá gerar mortes, mas escolher proteger as pessoas, para que então essas pessoas, vivas e saudáveis, possam contribuir de forma produtiva com o crescimento da economia não parece fazer sentido para esses empresários. Essa indiferença em relação à vida humana é o fator que assusta e preocupa, pois afinal a linguagem na forma de uma análise argumentativa representa a época em que vivemos e releva um aspecto sombrio do *ethos* empresarial e do capitalismo. Assim, deve existir também uma reflexão acerca de como se pode mudar esta forma de pensamento ou de contrapor, na mesma medida em que ocorreu a repercussão das falas, utilizando diferentes ambientes para a mudança como, por exemplo,

debates em sala de aula, *workshops*, canais especializados em negócios que utilizam as plataformas de vídeo, publicações científicas e publicações na literatura popular de negócios.

Em uma situação de crise pandêmica, a sociedade espera respostas efetivas de líderes empresariais, visto que eles prestam um serviço para a sociedade como um todo. Logo, espera-se que os gestores pensem nos interesses coletivos da sociedade como um todo e nos interesses e bem-estar dos seus funcionários, clientes e fornecedores, e não somente nos interesses individuais dos proprietários e acionistas.

Com isso, torna-se necessário a reflexão acerca da forma como os empresários são vistos atualmente na sociedade. A pesquisa mostra a necessidade de um entendimento da ação e das práticas de gestores, sobretudo em situações de crise e de emergência, de uma perspectiva mais realista e não centrada na visão mítica do herói. Essa imagem precisa ser desconstruída, a partir do momento que muitos gestores assumem uma antiliderança dentro das suas empresas.

5.2 Sugestões para Futuros Estudos

Esta monografia mostrou seis empresários fundadores/empresários de empresas vistas como bem-sucedidas no Brasil, que assumiram um posicionamento imoral caracterizado por: egoísta, colocando os seus interesses acima dos demais; arrogante e socialmente perigoso, por questionarem os argumentos da ciência médica; e, ideologicamente cruel e irresponsável, ao adotarem o negacionismo científico e defenderem ações que colocam a vida do outro (das pessoas) em risco. Reconhecer o outro como um igual em direito e humanidade é a base do sujeito ético (CHAUI, 1995).

Logo, este estudo realizado sobre o posicionamento de gestores brasileiros e a Pandemia Covid-19 traz uma reflexão acerca da necessidade da elaboração de mais estudos de casos fora do país para capturar uma moral ou ética dos empresários que exercem um grande poder na sociedade, em diferentes países e culturas. Assim, será possível que essas pesquisas futuras se relacionem com os achados da presente pesquisa. Um passo importante para a mudança de atitudes de empresários em futuras situações de pandemia.

Algumas sugestões de pesquisa são: pesquisa sobre a percepção dos estudantes de administração frente a estas posturas dos empresários; pesquisa apontando quais os valores foram corrompidos pela estrutura capitalista e que poderiam levar a reflexão de transformação rumo à responsabilidade; pesquisa que criasse mecanismos para serem abordados em disciplinas do ensino médio e universidade a fim de minimizar este pensamento egocêntrico,

narcisista. Assim, para estudos futuros, seria possível relacionar os argumentos dos empresários com psicopatologias, uma vez que, posteriormente às mentiras e manipulação, os empresários pesquisados apresentam desculpas pírias em busca de mitigar o efeito negativo sobre a empresa. Um comportamento que não representa uma mudança de fato rumo à responsabilidade ou nem mesmo representa uma releitura da visão de mundo desses empresários.

REFERÊNCIAS

- AHLSTROM, D.; WANG, L. C. 'Temporal strategies and firms' speedy responses to COVID-19. **Journal of Management Studies**, v. 58, n. 2, p. 592-596, 2021.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. São Paulo: Edipro, 2019.
- ARRUDA, M. C. C; NAVRAN, F. Indicadores de clima ético nas empresas. **Revista de Administração de Empresas**, Fundação Getúlio Vargas, v. 40, n. 2. p. 26-35, 2000.
- ASHFORTH, B. E. Identity and identification during and after the Pandemic: How Might COVID-19 Change the Research Questions we Ask? **Journal of Management Studies**, v. 57, n. 8, 1763-1766, 2020.
- BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático. Petrópolis, RJ: EDITORA VOZES, 2008.
- BERTERO, C. O. É possível ensinar ética? **GV Executivo**, v.11, n.1, p. 34-37, 2012.
- BORGES, J.; MEDEIROS, C. R. O.; VALADÃO, V. M. **Como estamos na fita? Os vídeos institucionais para a mobilização da confiança entre organização e funcionários**. **GESTÃO. Org**, v. 11, n. 1, p. 104-131, 2013.
- CAPONI, S. Covid-19 no Brasil: entre negacionismo e a razão neoliberal. **Estudos Avançados**, v. 34, n. 99, p. 211, 2020.
- CELLARD, A. A análise documental. In. POUPART et al. **A pesquisa qualitativa** [p. 295-316]. Petrópolis: Vozes, 2008.
- CHANLAT, J. F. A caminho de uma nova ética das relações nas organizações. **Revista de Administração de Empresas**, Fundação Getúlio Vargas, v. 32, n. 3, p. 68-73, 1992.
- CHAUI, M. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 1995.
- CONNECTAS. **Relatório "Empresas e Direitos Humanos"**– Parâmetros da ONU para proteger, respeitar e reparar. Relatório Final de John Ruggie – Representante Especial Do Secretário-Geral. São Paulo, 2012. Disponível em: http://www.conectas.org/arquivos-site/Conectas_Princ%C3%ADpiosOrientadoresRuggie_mar2012%281%29.pdf
- COMTE-SPONVILLE, A. O capitalismo é moral? São Paulo: WMF Martins Fontes, 2020.
- CORRÊA, R.; RIBEIRO, H. C. M. **Gestão nas organizações: tendências e perspectivas de novos paradigmas em tempo de pandemia**. **Reuna**, v. 27, n. 2, p. 19-35, 2022.
- COUTO, F. F; CORREIA, G. F. A; CARRIERI, A. P. O Antilíder: da liderança discursiva presidencial à descoordenação federativa para o combate à Covid-19. **Revista de Administração de Empresas - RAE**, Fundação Getúlio Vargas, v. 27, n. 87, 19p., 2022.

- EL PAÍS BRASIL. ELPAIS.COM.** A covid-19 está sob o controle de Bolsonaro. São Paulo, 04 Mar. 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/opiniao/2021-03-03/a-covid-19-esta-sobo-controle-de-bolsonaro.html>. Acesso em: 25 fev. 2022.
- CRANE, A.; MATTEN, D. COVID-19 and the Future of CSR Research. **Journal of Management Studies**, v. 58, n. 1, p. 280-284, 2021.
- DAVID, M. G.; CORRÊA, M. F. As diversas faces da dúvida - ceticismo, negacionismo e confiança nas ciências. **Em construção: arquivos de epistemologia histórica e estudos de ciências**, n. 8, p. 162-166, 2020.
- DIAS, M. O. Ética, Organização e valores ético-morais em contexto organizacional. **Gestão e Desenvolvimento**, n. 22, p. 89-113, 2014.
- ENRIQUEZ, E. Os desafios éticos nas organizações modernas. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 37, n. 2, p. 6-17, 1997.
- FILHO, A. S. “A terra é plana”: o obscurantismo cínico dos negacionistas. **Instituto Humanitas/UFRN**, v. 3, n. 29, p. 2-3, 2020.
- FLETCHER, J. K. The paradox of post-heroic leadership: An essay on gender, power, and transformational change. **Leadership Quarterly**, v. 15, n. 5, p. 647-661, 2004. Doi: 10.1016/j.leaqua.2004.07.004
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.
- GOOD, W. J.; HATT, P. K. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Ed. Nacional, 1979.
- HETTWER, H. A violação e a negação da ciência como ideologia. **Controvérsia**, v. 17, n. 1, p. 23, 2021.
- HINE, C. (Ed.). **Virtual Methods**. Oxford, New York: Berg, 2005.
- HOERT, J.; HERD, A. M.; HAMBRICK, M. The Role of Leadership Support for Health Promotion in Employee Wellness Program Participation, Perceived Job Stress, and Health Behaviors. **American Journal of Health Promotion**, v. 32, n. 4, p. 1054-1061, 2018.
- HOOD, J.N.; LOGSDON, J.M. Business ethics in the NAFTA countries: A cross-cultural comparison. **Journal of Business Research**, v. 55, n.11, p. 883-890, 2002.
- KARNES, A.; STERNER, J.; WELKER, R.; WU, F. Abi-cultural comparison of accountants: perceptions of unethical business practices. **Accounting Auditing and Accountability Journal**, v. 3, n. 3, p. 45-64, 1990.

- KOENIG, A.; RODGER, S.; SPECHT, J. Educator Burnout and Compassion Fatigue: A Pilot Study. **Canadian Journal of School Psychology**, v. 33, n. 4, p. 259-278, 2018.
- LA TAILLE, Y. Moral e ética no mundo contemporâneo. **Revista USP**, v. 110, p. 29-42, 2016. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i110p29-42
- LIAKOPOULOS, M. Análise Argumentativa. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som** [p. 218-243]. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- MAY, T. **Pesquisa social**. Porto Alegre: Artmed, 2004.
- MINISTÉRIO DA SAÚDE. CORONAVÍRUS BRASIL - COVID-19. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 23 abr. 2023.
- O'CONNELL, P. **A simplified framework for 21stcentury leader development**. **The Leadership Quarterly**, v. 25, n. 2, p. 183-203, 2014. Doi:10.1016/j.leaqua.2013.06.001
- ORESQUES, N.; CONWAY, E. **Merchants of doubt**: How a handful of scientists obscured the truth on issues from tobacco smok to global warming. New York: Bloomsbury Press, 2010.
- PEREIRA, R. R. Dois tipos de ética teleológica. **Cadernos de Ética e Filosofia Política**, v. 1, n. 30, p. 35-51, 2017
- PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.
- SANTOS, M. N. M.; TOMEI, P. A.; SERRA, F. A. R.; MARIETTO, M. L. Os códigos de ética das organizações refletem a cultura nacional ou as pressões institucionais pela busca de legitimidade? **Revista de Ciências da Administração**, RECADM, v. 19, n. 49, p. 122-151, 2017.
- SEN, A. **Sobre ética e economia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.
- SILVA, R. R. C. C.; ARALDI, E.; ALVIM, M. S. Capitalismo, crise ambiental e pandemia: caminhos para forjar esperança. **Farol - Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**, v. 9, n. 25, p. 696-721, 2022.
- SILVERMAN, D. **Interpretação de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- SOLOMON, R. C. Business Ethics and Virtue. In: SINGER, P. (Ed.). **A Companion to Business Ethics** [p. 354-365]. Oxford: Wiley-Blackwell, 1993.
- STAKE, R. E. **Pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Penso: 2011.
- TOULMIN, S. **Os usos do argumento**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- UOL – UOL.COM. Coronavírus: 'dupla curva' mostra que escolher entre salvar vidas ou a economia é falso dilema. São Paulo, 11 Abr. 2020. Disponível em: 42

<https://economia.uol.com.br/noticias/bbc/2020/04/11/coronavirus-dupla-curva-mostra-queescolher-entre-salvar-vidas-ou-economia-e-falso-dilema.htm>. Acesso em: 25 fev. 2022.

VÁZQUEZ, A. S. **Ética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

WIZARD – Website. A Wizard pertence a Pearson desde 2014 e nosso posicionamento é muito diferente de Carlos Martins. Venha ver!. Redação Wizard, 08 Jun. 2020. Disponível

[https://www.wizard.com.br/noticia/comunicado-wizard-by-pearson/#:~:text=junho%20de%202020-](https://www.wizard.com.br/noticia/comunicado-wizard-by-pearson/#:~:text=junho%20de%202020-,A%20Wizard%20pertence%20a%20Pearson%20desde%202014%20e%20nosso%20posicionamento,aprendizagem%20do%20mundo%2C%20a%20Pearson)

[,A%20Wizard%20pertence%20a%20Pearson%20desde%202014%20e%20nosso%20posicionamento,aprendizagem%20do%20mundo%2C%20a%20Pearson](https://www.wizard.com.br/noticia/comunicado-wizard-by-pearson/#:~:text=junho%20de%202020-,A%20Wizard%20pertence%20a%20Pearson%20desde%202014%20e%20nosso%20posicionamento,aprendizagem%20do%20mundo%2C%20a%20Pearson). Acesso em: 18 ago. 2022

WHETTEN, D. A.; RANDS, G.; GODFREY, P. What are the responsibilities of business to society? In. PETTIGREW, A.; THOMAS, H.; WHITTINGTON, R. **Handbook of Strategy and Management** [p. 373-408]. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 2002.

WHO – World Health Organization. Ethics in epidemics, emergencies and disasters: Research, surveillance and patient care. Training manual. Switzerland: WHO, 2015. Disponível em: http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/196326/9789241549349_eng.pdf;jsessionid=0107A21A317C7B9D8C2F3AC4CDC30A37?sequence=1. Acesso em: 22 fev. 2022.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE I

REPORTAGENS PESQUISADAS

1. Quem é Otávio Fakhoury, empresário que senadores dizem ter financiado a divulgação de fake news sobre a pandemia. <https://g1.globo.com/politica/cpi-da-covid/noticia/2021/09/30/quem-e-otaviofakhoury.ghtml>. Acesso em: 13/07/2022.
2. Empresário diz que não tomou vacina contra Covid-19 e questiona uso de máscara. <https://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2021-09-30/empresario-diz-a-cpi-que-nao-tomou->. Acesso em: 13/07/2022
3. Carlos Wizard: quais os negócios do bilionário investigado na CPI da Covid. <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/bbc/2021/07/04/carlos-wizard-quais-os-negocios-do-bilionario-investigado-na-cpi-da-covid.htm>. Acesso em: 13/07/2022
4. Perfil de herdeiro do arroz Prato Fino ataca vacina; “hackeado” diz ele... <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/08/27/depois-ataque-ao-sus-herdeiro-de-marca-de-arroz-diz-que-conta-foi-hackeada.htm>. Acesso em: 13/07/2022.
5. Sem distanciamento, Hang inaugura loja da Havan com apoio do SBT e RedeTV. <https://istoe.com.br/sem-distanciamento-hang-inaugura-loja-da-havan-com-apoio-do-sbt-e-redetv/>. Acesso em: 13/07/2022.
6. Isolamento social por coronavírus gera “polarização” entre empresários do país. https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2020/03/25/internas_economia,1132330/isolamento-social-coronavirus-polarizacao-empresarios-brasil.shtml. Acesso em: 13/07/2022
7. “Quero ficar vivo”o dono de bar no Rio que é a favor do lockdown. <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2021/04/20/quero-ficar-vivo-o-dono-de-bar-no-rio-que-e-a-favor-do-lockdown.htm>. Acesso em: 13/07/2022
8. Mergulhado no “discurso da estupidez” Brasil está se acostumando à multiplicação das Mortes. <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2021/04/mergulhado-no-discurso-da-estupidez-brasil-esta-se-acostumando-a-multiplicacao-das-mortes-diz-psicanalista.shtml>. Acesso em: 13/07/2022
9. Empresários Tomam Vacina Às Escondidas. <https://piaui.folha.uol.com.br/empresarios-tomam-vacina-as-escondidas/>. Acesso em: 13/07/2022
10. Empresários se posicionam contra o possível fechamento do comércio de BH. https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2022/01/24/interna_gerais,1339767/empresarios-se-posicionam-contr-o-possivel-fechamento-do-comercio-de-bh.shtml. Acesso em: 14/07/2022
11. A LISTA DOS EMPRESÁRIOS QUE BATERAM PALMAS PARA BOLSONARO. <https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/economia/a-lista-dos-empresarios-que-bateram-palmas-para-bolsonaro/>. Acesso em: 14/07/2022
12. Contra fechamento do comércio, empresários protestam e travam trânsito em São Joaquim. <https://muitainformacao.com.br/post/28412-contr-a-fechamento-do-comercio--empresarios-protestam-e-travam-transito-em-sao-joaquim>. Acesso em: 14/07/2022
13. Há um ano, empresários minimizavam pandemia: “5 ou 7 mil vão morrer”. <https://www.brasildefato.com.br/2021/04/03/ha-um-ano-empresarios-minimizavam-pandemia-5-ou-7-mil-vao-morrer>. Acesso em: 14/07/2022
14. Lokdown: fechamento alarma os empresários e gera protestos por todo o país. <https://www.revistavoto.com.br/lockdown-fechamento-alarma-os-empresarios-e-gera-protestos-por-todo-o-pais/>. Acesso em: 15/07/2022.

15. Luciano Hang, Junior Durski e mais: o que empresários estão falando sobre a quarentena. <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/luciano-hang-junior-durski-e-mais-o-que-os-empresarios-estao-falando-sobre-a-quarentena-contr-o-coronavirus/>. Acesso em: 15/07/2022
16. Coronavírus: Empresários minimizam pandemia e são criticados na internet. <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2020/03/24/interna-brasil,836326/coronavirus-empresarios-minimizam-pandemia-e-sao-criticados-internet.shtml>. Acesso em: 15/07/2022
17. Evento com Luciano Hang e Esquiva Falcão gera aglomeração sem máscara na Havan. <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2021/04/evento-com-luciano-hang-e-esquiva-falcao-gera-aglomeracao-sem-mascara-na-havan.shtml>. Acesso em: 15/07/2022
18. Coronavírus: Ministério Público do Trabalho vai investigar distribuição de “kit Covid” por empresas revelada pela BBC. <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/bbc/2021/04/01/ministerio-publico-do-trabalho-investiga-distribuicao-de-kit-covid-por-empresas-reveladas-pela-bbc.htm>. Acesso em: 15/07/2022
19. Empresário do RJ compra ivermectina para funcionários com covid continuarem trabalhando. <https://noticias.uol.com.br/videos/2021/04/01/empresario-do-rj-compra-ivermectina-para-funcionarios-com-covid-continuarem-trabalhando.htm>. Acesso em: 15/07/2022
20. Bolsonaro e Maia politizam temor de empresários com risco econômico do vírus. <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/03/bolsonaro-e-maia-politizam-temor-de-empresarios-com-risco-economico-do-virus.shtml?origin=folha>. Acesso em: 15/07/2022
21. Vídeo onde Wizard debocha de mortes por COVID é exibido na CPI. https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2021/06/30/interna_politica,1282116/video-onde-wizard-debocha-de-mortes-por-covid-e-exibido-na-cpi.shtml. Acesso em: 15/07/2022
22. Por que Carlos Wizard virou alvo da CPI da Covid <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2021/06/16/Por-que-Carlos-Wizard-virou-alvo-da-CPI-da-Covid>. Acesso em 26/07/2022

APÊNDICE II

MATERIAL AUDIOVISUAL UTILIZADO A PARTIR DA PLATAFORMA YOUTUBE

1. Empresários criticam medidas do governo e temem colapso da economia. https://www.youtube.com/watch?v=M45nv43-hHk&ab_channel=UOL. Acesso em: 22/07/2022
2. Me desculpem se fui mal interpretado, diz dono do Madero após comentário sobre mortes por Covid-19. https://www.youtube.com/watch?v=Aesj3YieTh8&ab_channel=UOL. Acesso em: 23/07/2022
3. Marcelo de Carvalho, dono da Rede TV!, quer fim da quarentena. https://www.youtube.com/watch?v=TYNRtnpCOhg&ab_channel=UOL. Acesso em: 23/07/2022
4. Justos se defende após áudio vazado sobre coronavírus. https://www.youtube.com/watch?v=D_T4hlbsX3w&ab_channel=UOL. Acesso em: 23/07/2022
5. Carlos Wizard depõe à CPI da Covid. https://www.youtube.com/watch?v=70kYaXM7zVI&ab_channel=BBCNewsBrasil. Acesso em: 23/07/2022
6. Fundador do Giraffas explica afastamento do filho por declaração polêmica sobre Covid-19. https://www.youtube.com/watch?v=NK3LxiRUzf0&ab_channel=UOL. Acesso em: 23/07/2022.