

Capacitação em Psicologia Organizacional: Introdução à Psicologia Organizacional

– A ética na área da Psicologia Organizacional

Professora: Maria de Fatima Feitoza Barros
Psicóloga CRP 15/0305

“Ser ético é fazer algo que me beneficie e que, no mínimo, não prejudique o outro”.

A Psicologia tem tido uma longa tradição de respeitar o comportamento ético e o bem-estar das pessoas.

Os psicólogos organizacionais obedecem a um código de ética que sempre vem se aperfeiçoando.

Esse código inclui princípios éticos e declarações para a conduta profissional apropriada.

Os conselhos procuram delimitar com rigor as ações de seus membros e, assim, conseguem que a maioria dos psicólogos organizacionais orientem-se pelos princípios éticos em sua profissão.

A filosofia básica do código de ética é que os psicólogos devem dar o melhor de si para não provocar danos e problemas a outras pessoas por meio do seu trabalho profissional.

O Psicólogo deve evitar comprometimento com qualquer ato ilegal ou imoral que possa causar danos a alguém, física ou psicologicamente.

Os psicólogos têm a responsabilidade social de usar seu talento para ajudar pessoas, pois o objetivo da profissão é melhorar as condições humanas por meio da aplicação da psicologia.

Para os psicólogos organizacionais isso quer dizer ajudar as organizações para que elas funcionem adequadamente e ajudem a melhorar o bem-estar de seus funcionários.

Ética organizacional são os valores morais, crenças e regras que estabelecem um jeito para os stakeholders lidarem uns com os outros e com o ambiente da empresa.

A alta gerência, para escolher constantemente as coisas certas a serem feitas, se baseia nos valores éticos da cultura organizacional.

Podemos entender que *stakeholders* é o **público de interesse ou a parte interessada da sua empresa**. Isso engloba clientes, parceiros, funcionários, bem como os consumidores do seu serviço, os investidores, etc.

O comportamento ético possui vantagens. Como a ética forma uma parte importante dos valores culturais, numa época de grande competição, a organização não pode agir de forma a ferir sua reputação nem permitir que seus empregados tirem vantagem de suas posições para agir de forma antiética.

Uma das principais prioridades dos gerentes deve ser criar uma cultura ética através de seu comprometimento pessoal com esses valores e transmiti-los aos seus subordinados. Se o comportamento da empresa segue uma regra ética aceitável o efeito de reputação é positivo.