

## **CÓDIGO DE ÉTICA E A PERCEPÇÃO DOS TRABALHADORES EM UMA INSTITUIÇÃO BANCÁRIA**

Alana Cristini Alves Corso<sup>1</sup>

Fernando Dewes<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Para orientar condutas dos trabalhadores de acordo com os seus princípios éticos, algumas organizações contam com um código de ética e o presente estudo teve, por objetivo, analisar como o código de ética de uma instituição bancária era percebido pelos seus trabalhadores, verificando os conhecimentos acerca do seu conteúdo, as razões para a instituição expandir o seu código no dia a dia das atividades laborais e as condutas consideradas como antiéticas. Os dados foram coletados através de entrevistas individuais e tratados por meio da técnica de análise de conteúdo. A agência bancária pesquisada possuía seis colaboradores em seu quadro e cinco deles foram entrevistados. Os resultados sugeriram que os participantes tinham acesso ao código de ética da instituição, possuíam domínio do seu conteúdo e disposição para cumpri-lo, estando conscientes do seu caráter protetivo. Na identificação de condutas antiéticas, destacaram-se aspectos relativos à falta de equidade e lealdade nas relações interpessoais, a negligência no tratamento dos dados de clientes, a aceitação de ofertas de ganhos pessoais e práticas comerciais iníquas. A internalização dos princípios éticos e dos valores e sua aplicação prática, por parte dos colaboradores da instituição, demonstraram a importância das atividades de treinamento e desenvolvimento, implementadas continuamente na organização.

**Palavras-chave:** Ética profissional. Código de ética. Percepções dos trabalhadores.

### **ABSTRACT**

To guide the behavior of workers in accordance with their ethical principles, some organizations have a code of ethics and this study aimed to analyze how the code of ethics of a banking institution was perceived by its workers, verifying their knowledge about of its content, the reasons for the institution to expand its code in the day-to-day work activities and the conduct considered as unethical. Data were collected through

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Administração das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat/RS. *E-mail:* alanacorso@sou.faccat.br

<sup>2</sup> Professor orientador das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat/RS. *E-mail:* fdewes@faccat.br

individual interviews and treated using the content analysis technique. The bank branch surveyed had six employees on its staff and five of them were interviewed. The results suggested that the participants had access to the institution's code of ethics, had mastery of its content and willingness to comply with it, being aware of its protective nature. When identifying unethical conduct, aspects related to lack of fairness and loyalty in interpersonal relationships, negligence in the treatment of customer data, acceptance of offers of personal gain and unfair commercial practices were highlighted. The internalization of ethical principles and values and their practical application by the institution's employees demonstrated the importance of training and development activities, continuously implemented in the organization.

**Keywords:** Professional ethics. Code of ethics. Perceptions of workers.

## 1 INTRODUÇÃO

O conceito de ética se relaciona diretamente com os valores e regras morais considerados desejáveis por determinada sociedade, os quais fornecem direcionadores ou padrões de ideias e princípios que devem guiar o comportamento das pessoas.

No mundo do trabalho, a ética profissional compreende os princípios e os conceitos básicos do direito e do dever de forma a constituírem-se em responsabilidades e compromissos. Os princípios éticos de uma organização são pilares fundamentais para uma boa governança, pois ter ética profissional significa que os seus trabalhadores cumprem todas as obrigações inerentes à sua ocupação.

Para consubstanciar os seus princípios éticos, as organizações elaboram e disponibilizam aos colaboradores um código de ética, composto, basicamente, por um conjunto de preceitos, normas e regras de conduta que deve ser conhecido e colocado em prática por todos, durante a realização das atividades laborais.

Apesar da adoção de um código de ética, sabe-se que nem sempre seus ditames são interpretados e seguidos da mesma maneira. Os fatores que podem levar a isso são inúmeros, desde aqueles inerentes à diversidade humana, às características culturais da organização e da personalidade de cada um. Em um estudo destinado a analisar o funcionamento do código de ética em uma instituição bancária, foi observado que a grande maioria dos colaboradores, apesar de saber da existência de um código dentro da empresa, nunca teve interesse em lê-lo (BARROS; ARRUDA, 2003). Assad (2007) aponta que as percepções desfavoráveis sobre o

trabalho, juntamente com questões subjetivas de cada colaborador, podem levar a práticas não alinhadas ao código de ética da organização.

O papel das percepções torna-se, então, crucial na determinação do grau de influência do código de ética sobre a conduta dos colaboradores. Saber como o código de ética está sendo percebido pelos seus colaboradores poderá ser de fundamental importância para a organização orientar suas políticas e práticas relacionadas à incorporação e adesão, dos mesmos aos seus princípios e valores. Portanto, o presente tema é da maior relevância e merece ser pesquisado, analisado e discutido, pois, certamente, irá provocar mais discernimento e sensibilidade em torno do seu conteúdo.

Nesse sentido, o presente estudo se propõe a analisar como o código de ética de uma instituição bancária é percebido pelos seus colaboradores. De um modo mais específico, buscou-se: a) constatar conhecimentos e percepções dos participantes do estudo acerca do conteúdo do código de ética da instituição; b) verificar as percepções dos participantes quanto aos interesses da instituição para expandir o seu código de ética no dia a dia dos seus colaboradores e c) identificar condutas consideradas, pelos participantes do estudo, como antiéticas.

## **2 DEFINIÇÃO DE ÉTICA**

Conforme Srour (2001, p. 270) “[...] a ética estuda as morais e as moralidades, analisa as escolhas que os agentes fazem em situações concretas, verifica se as opções se conformam aos padrões sociais”. Por essa definição percebe-se, já de início, que a ética possui a característica da relatividade, na medida em que o enquadramento de um determinado preceito ou evento comportamental encontra-se inserido em um certo contexto que irá determinar sua conformidade, ou não, aos padrões sociais.

O caráter de relatividade da ética pode ser constatado ao considerarmos a etimologia dos termos de ética e moral. Observaremos que eles são semelhantes. Moral vem do latim *mos, moris*, que significa “maneira de se comportar regulada pelo uso”; daí “costume”, é de *moralis, morale*, adjetivo referente ao que é “relativo aos

costumes”. Ética vem do grego *ethos* e tem o mesmo significado de “costume” (ARANHA; MARTINS, 1993).

Isto posto, podemos complementar que a ética estuda e trata a responsabilidade do comportamento moral; a decisão de agir numa dada situação concreta. É um problema prático moral investigar, se a pessoa pode ou não escolher e agir de acordo com a decisão que tomou. E é, também, um problema teórico, pois verifica a liberdade ou o determinismo aos quais nossos atos estão sujeitos. Sendo assim, a ética pertence ao campo da Filosofia que se encarrega da reflexão a respeito das noções e princípios que fundamentam a vida moral. Essa reflexão pode seguir as mais diversas direções, dependendo da concepção de homem que se toma como ponto de partida (ARANHA; MARTINS, 1993), o que reafirma o caráter relativo da ética.

### **3 ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES**

Arruda, Whitaker e Ramos (2003) revelam que as primeiras questões éticas voltadas ao mundo empresarial ocorreram na década de 60, em países de origem alemã, onde houve a pretensão de incluir o trabalhador nos conselhos de administração das empresas. O objetivo era dar voz e aumentar a participação dos empregados. O ensino da ética em universidades também remete aos anos 60 e 70 nos Estados Unidos, com perspectivas nas condutas éticas pessoais e profissionais.

No Brasil, a primeira faculdade de administração conhecida como a Escola Superior de Administração de Negócios (ESAN), de 1941, dispunha do ensino da ética desde seu surgimento. Já o Ministério da Educação e Cultura (MEC) foi responsável por sugerir, no ano de 1992, que a totalidade de cursos voltados à administração tivesse em sua grade curricular abordagens voltadas à ética. Em 1998 foi criado o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, sob a forma de uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), cuja missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável. O Ethos nasceu por um grupo de empresários e executivos da iniciativa privada e propõe-se a disseminar a prática da responsabilidade social empresarial, ajudando as instituições nas suas pautas relacionadas com a ética.

Como fator relacional nas organizações, a ética abarca as questões emergentes, não só das tecnologias, mas também do profissionalismo em nível de conhecimento técnico e científico, os problemas do ambiente externo envolvente e, não menos importantes, as relações entre as pessoas, como comenta Pereira *et al.* (2009), ao afirmar que, nos dias atuais, não é suficiente saber fazer, mas também saber ser, estar e saber saber.

Como a ética está presente em inúmeras áreas do conhecimento, é consensual que ela compreenda e ultrapasse limites e definições firmes propostas pela filosofia. Pode-se, inclusive, dizer que a ética é definida somente pelos conceitos gregos de sua origem. Na intenção de corroborar com a transversalidade do tema as ciências temos:

Vários âmbitos do saber começam a discutir as influências que este tema tem gerado no desenvolvimento humano. Enquanto a ética profissional está voltada para as profissões, os profissionais, associações e entidades de classe do setor correspondente, a ética empresarial atinge as empresas e organizações em geral. A empresa necessita desenvolver-se de tal forma que a ética, a conduta ética de seus integrantes, bem como os valores e convicções, primários da organização, se tomem parte de sua cultura. (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS 2003, p. 76).

Conforme a afirmação acima, a cultura organizacional também é responsável por moldar comportamentos das pessoas. Cada trabalhador já entra para a organização trazendo consigo uma carga de experiências e vivências anteriores de outras instituições do mercado e da sociedade familiar. Os princípios trazidos de fora orientarão eticamente o indivíduo, juntamente com a nova cultura ética a qual está exposto. Um dos grandes desafios para os gestores empresariais está em combinar, da melhor forma possível, as características próprias dos funcionários ao contexto ético e normativo que a instituição segue.

#### **4 CÓDIGO DE ÉTICA ORGANIZACIONAL**

Arruda, Whitaker e Ramos (2003) relatam que é preciso entender que o comportamento ético é sempre individual. As empresas e a sociedade não podem ser consideradas éticas ou antiéticas. Apenas a ação do indivíduo é capaz de tal valoração moral. Um ambiente ético, portanto, é resultado de ações individuais. Desta forma, a

evolução ética de uma instituição depende das pessoas que fazem parte dela e buscam o mesmo propósito, baseando-se nos mesmos conceitos e regras. Uma má conduta de um colaborador poderá gerar imagem negativa dele e da instituição que ele representa. Neste sentido, é imprescindível a existência de padrões e políticas esclarecidas para que os colaboradores saibam qual a conduta adequada a seguir (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2003).

Conforme Srour (2008), o código de ética contempla as condutas morais e tem como objetivo conseguir concordância ou aderência espontânea por parte dos colaboradores. As diretivas do código de ética têm como propósito preservar o negócio e os colaboradores do risco da má reputação, e dependem do vínculo com seus princípios e da validade de suas recomendações.

Paine (1994) define o código de ética como um documento da organização que ensina valores de integridade para guiar e forjar o comportamento e a tomada de decisão ética por parte dos trabalhadores. Já o Instituto Ethos (2000) propõe que o código ou de compromisso social é um instrumento de realização da visão e missão da empresa, que orienta suas ações e explicita sua postura social a todos com quem mantém relações.

Arruda, Whitaker e Ramos (2003, p. 64) relatam que: “O código de ética nada mais é que a declaração formal das expectativas da empresa à conduta de seus executivos e demais funcionários”. Alguns argumentos são gerais entre os códigos de ética de distintas empresas, tais como: conflitos de interesses, condutas apreciadas ou não, subornos, assédio sexual e moral e uso de entorpecentes.

Como existem muitas visões e interesses diferentes envolvidos, elaborar um código de ética de modo participativo é fundamental para que as regras estabelecidas sejam internalizadas por todos e não encaradas como imposição. Cherman e Tome (2005) observaram que o conteúdo do código de ética estava sendo praticado plenamente apenas naquelas organizações em que os valores foram construídos coletivamente e disseminados por meio de programas consistentes. Esse processo pode ser realizado por meio de cursos, palestras e treinamento dos funcionários promovidos pela empresa (RONCONI, 2004). É relevante que as organizações desenvolvam a comunicação de seu grupo com o código após sua implementação e que providenciem o comprometimento dos gerentes para que coloquem em prática

esse instrumento. O controle da prática do código de ética no cotidiano organizacional pode ser complementado pela elaboração de um código de conduta, que é uma ferramenta voltada para a aplicação dos valores e normas indicados no primeiro (MARCIAL; COSTA; CURVELLO, 2002).

## 5 CÓDIGO DE ÉTICA E COMPLIANCE

O senso comum sugere que *compliance* significa cumprir e fazer cumprir os regulamentos internos e externos aplicáveis às atividades de uma organização. Em outras palavras, é estar em conformidade com as leis, padrões éticos e regulamentos impostos à Instituição, sendo uma obrigação individual de cada colaborador. Sua função básica é a de minimizar riscos e guiar o comportamento das pessoas nas instituições diante do contexto em que atuam.

Quanto ao risco de *compliance*, Nakamura, Nakamura e Jones (2019) afirmam que ele consiste basicamente em sanções legais ou regulatórias que a instituição pode vir a sofrer, de perda financeira ou de reputação, como resultado de falha no cumprimento de leis, regulamentos códigos de conduta ou de boas práticas. Os programas de *compliance* implementados nas instituições, ainda segundo esses autores, visam a assegurar a adequação e o efetivo funcionamento dos seus sistemas de controles internos, procurando, através deles, mitigar os riscos e disseminar a cultura de controles para garantir o cumprimento dos regulamentos aplicáveis.

Na direção semelhante, Laruccia e Yamada (2011) apontam que a missão de uma área de *compliance*, em uma instituição, visa a assegurar a existência de políticas e normas, de pontos de controle nos processos a terem seus riscos mitigados e na produção de relatórios que visem à melhorias nas práticas de gestão operacional. Porém, Nakamura, Nakamura e Jones (2019) advertem que os programas de *compliance* não se limitam à adoção de medidas de vigilância regulatória, mas também se integram com outras áreas e assuntos da instituição, tais como questões relacionadas ao fomento de seus valores éticos-sociais, sustentabilidade, inovação e a incentivar culturas de grupo como via de proteção dos bens. Portanto, é importante salientar que o *compliance* vai além das barreiras legais e regulatórias. Para ACREFI

(2010), por exemplo, o *compliance* agrega valores comportamentais relacionados à integridade, comprometimento e honestidade de todos os participantes da instituição.

Nesse sentido, um dos instrumentos mais importantes para assegurar a incorporação dos valores da Instituição e dos comportamentos integrantes da dimensão ética de sua cultura organizacional é o código de ética. Por sua força indutora, como parte estratégica da cultura, missão e visão da organização, tornou-se “bíblico” para muitas instituições financeiras, conforme sugerido por Rodrigues (2019).

Nos tópicos a seguir serão apresentados o método adotado para guiar o presente estudo, os resultados colhidos e a análise dos mesmos, bem como suas considerações finais.

## **6 METODOLOGIA**

O estudo foi de natureza exploratória a abordagem qualitativa. Um estudo pode ser considerado exploratório quando visa proporcionar mais informações sobre um determinado tema, para melhor compreender a sua natureza (PRODANOV; FREITAS, 2013). Esse tipo de estudo permite focalizar um assunto sobre diversos ângulos e aspectos, seja através do levantamento da literatura, seja por meio de entrevistas com pessoas que vivenciam ou vivenciaram as questões estudadas ou observações de campo. Assim sendo, a investigação exploratória é a mais indicada ao presente trabalho. A abordagem de pesquisa qualitativa, de acordo com Ludke e André (1986), tem o ambiente natural como sua fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento.

Uma agência bancária localizada no município de Igrejinha, RS foi objeto deste estudo. Atualmente conta com 6 colaboradores, especificados como um gerente geral, um gerente de atendimento, dois gerentes de pessoa física, um gerente de pessoa jurídica e um caixa. A agência possui um total de três mil e duzentos clientes, que utilizam os mais diversos produtos e serviços oferecidos pelo setor bancário. Os participantes do estudo foram cinco colaboradores da agência que tiveram disponibilidade para tal e manifestaram seu aceite para participar. Para Barros e Lehfeld (1997), esta técnica de amostragem se torna interessante, uma vez que o

pesquisador se dirige intencionalmente a pessoas cujas opiniões deseja saber sobre um determinado assunto. Foram explicados aos participantes os objetivos do estudo e obtido deles o consentimento livre e esclarecido.

Os dados foram coletados por intermédio de entrevistas com questões semiestruturadas e realizadas individualmente, em salas isoladas na empresa na qual os participantes trabalham. Esse tipo de entrevista apresenta perguntas em que o participante é estimulado a discorrer sobre o tema proposto. O entrevistador segue questões previamente definidas, mas, apenas, como guias, deixando o entrevistado falar livremente, assim criando um contexto mais próximo de uma conversa informal (BONI; QUARESMA, 2005). Para tratamento e análise das respostas, foi empregada a técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, 1991), que consiste, resumidamente, no agrupamento das declarações em categorias definidas de acordo com o conteúdo de cada uma delas. As questões apresentadas aos participantes, durante as entrevistas, definiram preliminarmente as categorias relacionadas, a saber:

- Conhecimento do código de ética da instituição.
- Clareza, abrangência e pertinência do código de ética.
- Interesse da Instituição pela disseminação do código de ética entre seus colaboradores.
- Condutas antiéticas.

As respostas coligidas foram tratadas e analisadas, conforme relatos no tópico a seguir.

## 7 RESULTADOS

Os dados coletados, tratados e analisados são apresentados a seguir, por meio de quadros, especificando as categorias preliminarmente definidas, as unidades de análise emergentes das verbalizações dos entrevistados, uma breve descrição do conteúdo das mesmas, suas frequências respectivas e declarações ilustrativas que são excertos das falas relacionadas ao conteúdo da categoria e da unidade de análise.

Quadro 1 - Caracterização do código de ética

Unidade de análise	Descrição	f*	Declarações ilustrativas
--------------------	-----------	----	--------------------------

Finalidade	Razão de ser/objetivo do código de ética	04	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “O código de ética me orienta a cumprir minha rotina e afazeres da forma mais clara e correta, sendo justa e honesta com meus clientes e colegas”.</li> <li>- “A instituição passa seu código de ética para nós funcionários para que todas as operações sejam feitas com transparência e integridade, perante o cliente e também para nos resguardar de certa maneira”.</li> <li>- “O código de ética visa a proteger o cliente, usuário e funcionários, pois somos orientados a seguir diretrizes que procuram minimizar os riscos e a imagem da instituição perante a sociedade”.</li> </ul>
Conteúdo	Princípios/normas e regras de conduta estabelecidas no código de ética	02	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Os aspectos que nos norteiam estão baseados em 5 princípios, que são: integridade, respeito, transparência, diversidade e responsabilidade”.</li> <li>- “O código de ética fala de princípios, valores e regras que devemos seguir nas nossas operações e na maneira com que devemos nos portar”.</li> </ul>
Observância	Aceitação, internalização e	02	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Deve ser cumprido com honestidade e sinceridade”.</li> <li>- “Deve ser cumprido por 100% dos colaboradores”.</li> </ul>
	cumprimento do código de ética.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Já faz parte do nosso dia a dia”.</li> <li>- “...um código de ética só será eficaz, se existirem mecanismos de controle e punição...”.</li> </ul>

\*frequência

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Ao serem instigados a falarem sobre aquilo que sabiam a respeito do conteúdo do código de ética da instituição, os participantes referiram-se à sua finalidade, ao seu conteúdo e à observância do mesmo. Com base nas declarações ilustrativas é possível observar que os participantes possuem conhecimento e consciência da finalidade e dos objetivos do código de ética, salientando o seu caráter protetivo, que alcança todos os atores envolvidos: a instituição, os colaboradores, clientes e sociedade.

A partir das verbalizações dos participantes, também é verificado, nesta categoria, que existe reconhecimento e aceitação dos objetivos do código de ética, na medida em que expressam que o mesmo deve ser plenamente internalizado e cumprido por todos os colaboradores, fazendo parte do dia a dia do seu trabalho. Além disso, sugerem, que as prescrições do código de ética os deixam mais seguros para realizarem suas tarefas, pois elas orientam a “maneira que devemos nos portar”.

As respostas dos participantes, ao se referirem ao conteúdo do código de ética da instituição, indicam que possuem conhecimento e domínio dos temas nele

contidos. Além do envolvimento e engajamento dos colaboradores para manter condutas alinhadas aos seus princípios, a forma de apresentação do conteúdo do código cumpre recomendações da boa didática, facilitando a compreensão e proporcionando um quadro referencial objetivo e factual. Certamente, muito contribui para isso o suporte da área de gestão de pessoas da instituição, que promove cursos e encontros periódicos sobre o assunto, nos quais são analisadas situações envolvendo questões éticas e são dirimidas as dúvidas levantadas.

Quanto à forma de apresentação do conteúdo do código de ética, destaca-se o caráter prático, com detalhes, as condutas esperadas e as não aceitas pela instituição, refletindo os elementos centrais da cultura organizacional (valores e normas éticas) e oferecendo um guia seguro para o colaborador conduzir seus comportamentos no trabalho, como se observa em um dos princípios nele apresentado, citado a seguir:

**Diversidade:** diversidade é o valor que se obtém com a soma das diferenças culturais, de origem, de habilidades físicas e mentais, de ideias, de cor, etnia, religião, orientação sexual, classe econômica, gênero, formação. É acreditar que esta diferença transforma o nosso banco em uma instituição melhor, mais acessível e mais experiente. É dar oportunidade de forma meritocrática para todos, é assegurar que cada um desenvolva os seus melhores talentos dentro de suas características pessoais. É perceber que agindo assim, dentro para fora, seremos mais justos e teremos mais condições de atender melhor à diversidade do mercado em que atuamos. Condutas esperadas: respeitar a liberdade de escolha de cada um; valorizar a diversidade de clientes e fornecedores; trabalhar de forma colaborativa, incentivando a diversidade de ideias e o diálogo construtivo; formar equipes diversas em toda a sua essência; prover de todos os clientes, sem distinção e preconceitos, excelência no atendimento. Condutas não aceitas: permitir que as diferenças culturais, de origem, de habilidades físicas e mentais, de ideias, de cor, etnia, religião, orientação sexual, classe econômica, gênero ou formação limitem o desenvolvimento profissional; prejudicar ou expor colegas de trabalho, funcionários, fornecedores e clientes a brincadeiras e situações que os coloquem em situação de constrangimento; promover, divulgar ou compartilhar no ambiente de trabalho ou nas redes sociais declarações difamatórias, injúrias ou ofensas pessoais; relacionar conquistas e ascensão profissional a características e atributos físicos individuais; censurar ou reprimir a livre manifestação de pensamento de colegas de trabalho, funcionários, fornecedores e clientes. (SANTANDER, 2021, p. 13).

A caracterização apresentada pelos participantes do Código de Ética da Instituição revela que os mesmos possuem conhecimento do seu conteúdo e não deixam dúvidas de que, não só estavam interessados em lê-lo mas, também, que o incorporaram às suas atividades laborais, posicionando-se no extremo oposto da condição encontrada por Barros e Arruda (2003), ao constatarem que a grande maioria dos colaboradores de uma instituição, apesar de saber da existência de um código dentro da empresa, nunca teve interesse na sua leitura.

Quadro 2 - Clareza, abrangência e pertinência do código de ética

Unidade de análise	Descrição	f*	Declarações ilustrativas
Clareza	Facilidade de compreensão	03	- "Acho o código de ética super-claro". - "...é bastante claro, com acesso rápido e fácil...". - "...deixa explícitos seus valores e regras..."
Abrangência	Dimensões alcançadas	03	- "Nos orienta também para a vida fora do Banco". - "O código de Ética trata não só do universo denegócios bancários, mas das relações, de pessoas, de respeito de uma forma geral".

\*frequência

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Quanto à clareza, abrangência e pertinência, objetos da segunda questão formulada aos participantes, confirma-se que eles possuem entendimento ou

compreensão do conteúdo do código. Ao mesmo tempo, revelam que sua abrangência não se restringe à esfera do mundo do trabalho, mas também alcança dimensões da vida pessoal, constituindo-se em um guia para construir e manter relacionamentos interpessoais baseados no respeito humano, agregando valores comportamentais relacionados à integridade, comprometimento e honestidade, tal como sugerido pela ACREFI (2010), ao comentar que o *compliance* vai além das barreiras legais e regulatórias.

Quadro 3 - Interesse da instituição pela disseminação do código de ética

Unidade de análise	Descrição	f*	Declarações ilustrativas
Prevenção	Instrumento de prevenção de problemas.	02	- “Tem o objetivo de proteger a reputação da Instituição e dos seus colaboradores”.
Normatização	Padronização de condutas.	02	- “...procura dar as diretrizes das políticas, bem como a cultura entendidas como corretas pela instituição...”.
Sustentabilidade no crescimento	Relações duradouras e sadias se refletem no crescimento sustentável da empresa	01	- “A harmonia e o bem estar são fatores indispensáveis em qualquer ambiente, em especial de trabalho, para que as coisas andem de forma satisfatória e gere resultados e isso passa pela forma como a instituição trata da questão de ética”.
Autonomia	Colaboradores têm maior autonomia para agir.	01	- “Seguindo o código de ética consigo agir com mais autonomia...”.
Comunicação	Facilitador da comunicação interna.	01	- “...facilitando ainda a comunicação com seus funcionários, respeitando as diferenças, vida pessoal e gênero”.
Qualificação	Ferramenta de qualificação profissional.	01	- “É uma forma de qualificar os profissionais da instituição que atuam na linha de crédito e financeiro como forma de minimizar prejuízos e fraudes que as instituições estão sofrendo por golpistas, para evitar penalização ao funcionário por desconhecimento e descumprir as regras estabelecidas.”

\*frequência

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Ao serem questionados quanto ao interesse da instituição pela disseminação do seu código de ética, os participantes do estudo salientaram o seu caráter preventivo, no sentido de proteger a imagem da organização e dos próprios colaboradores. Nesse aspecto, cabe assinalar a força representativa dos colaboradores de uma instituição bancária perante a sociedade, de tal forma que os

comportamento dos mesmos na vida comunitária confunde-se com o comportamento e a imagem da própria organização. Uma conduta antiética, desviante ou imprópria, exibida por um colaborador fora do seu contexto de trabalho, também afetará negativamente, por meio de um processo de associação de estímulos, a percepção da comunidade sobre o caráter da instituição a qual o colaborador serve. Certamente, esse fenômeno deve acentuar os esforços da empresa para seguir a recomendação de Arruda; Whitaker e Ramos (2003) no sentido de desenvolver-se de tal forma que a ética de seus integrantes se tornem parte de sua cultura.

Por essa razão, os colaboradores de uma instituição bancária devem comportar-se, dentro e fora do trabalho, de forma a transmitir a imagem de integridade moral e confiabilidade da instituição por eles representada.

Quadro 4 - Condutas antiéticas

Unidade de análise	Descrição	f*	Declarações ilustrativas
Concorrência	Referência negativa a concorrentes.	01	- "Falar mal dos concorrentes"
Ganhos	Receber benefícios pessoais.	02	- "Se beneficiar de gratificações como presentes ou dinheiro por uma análise de crédito"
Tratamento das informações	Ações negligentes/quebra de sigilo bancário.	04	- "...uma postura antiética é o descaso ou desleixo de um funcionário com as informações cadastrais, financeiras de um cliente".
Comentários	Fazer comentários maledicentes sobre pessoas.	01	- "Fofocas com outros colegas"
Deslealdade	Atender necessidades pessoais às custas de outros.	01	- "...querer passar por cima de alguém para chegar aos objetivos".
Manipulação de dados cadastrais	Omissão de dados ou inclusão de informações não confiáveis.	02	- "...alterações de dados cadastrais para favorecimento em linhas de crédito."
Práticas de venda	Condicionar a venda de um produto à aquisição de outro.	01	- "...fazer venda casada"

\*frequência

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Na questão referente a condutas antiéticas, os participantes indicam que elas podem ser expressas nas mais variadas situações, desde aquelas relacionadas a concorrência, tentativas de suborno, vazamentos de informações cadastrais dos clientes, deslealdades e comentários maledicentes sobre colegas de trabalho,

manipulação de dados cadastrais do cliente para favorecê-lo e práticas ilícitas de venda de produtos bancários. Além de mostrar que estão aptos a identificar comportamentos ou práticas condenáveis, os participantes reconhecem e estão atentos aos públicos e atores diretamente alcançados pelo código de ética, quais sejam, os concorrentes, clientes e colegas de trabalho.

## **8 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A escolha do tema deste estudo justifica-se pelo fato da pesquisadora trabalhar em uma instituição bancária em área onde convive com os diferentes públicos e a conduta ética é condição fundamental para a proteção de todas as partes, inclusive da imagem da instituição perante a sociedade. Conhecer, portanto, as percepções dos colaboradores sobre o código de ética institucional, além de trazer mais luzes sobre o tema, poderá contribuir para guiar ações culturais/educativas, dos próprios integrantes da instituição, no sentido de fortalecer, cada vez mais, a internalização dos princípios e valores éticos e assegurar condutas a eles alinhadas.

Nesse sentido, o presente estudo alcançou seus objetivos na medida em que trouxe à tona dados e informações que permitiram constatar conhecimentos e percepções dos participantes sobre o conteúdo do código de ética da instituição, sobre o seu interesse para disseminar o código de ética aos colaboradores e identificar condutas consideradas como antiéticas.

Com base na análise da caracterização do código de ética, os participantes demonstraram fácil acesso ao conteúdo e domínio do mesmo, ressaltando a importância do documento para guiar suas condutas em afazeres profissionais e pessoais.

As respostas dos participantes referentes à disseminação do código de ética no âmbito institucional sugerem que estão conscientes do seu caráter protetivo, tanto para as pessoas, quanto para a instituição. Já na identificação de condutas antiéticas destacaram-se os aspectos relativos à equidade e lealdade no tratamento das pessoas, negligência com dados e informações do cliente e da instituição, repulsa a qualquer tentativa/oferta de ganhos pessoais e práticas comerciais iníquas, como “venda casada”.

A internalização dos princípios da ética e dos valores a ela relacionados, bem como a observância e aplicação prática, por parte dos colaboradores da instituição, dos preceitos do código de ética demonstram a importância das atividades de treinamento e desenvolvimento implementadas continuamente na organização pesquisada.

Por fim, cabe dizer que os estudos sobre ética e código de ética nas instituições devem ser, cada vez mais, expandidos e aprofundados, não só para acúmulo de conhecimento sobre o tema, mas, também, pelo fato de que o conhecimento da ética incentiva e conduz a sua prática.

## REFERÊNCIAS

ACREFI. **Limites e responsabilidades dos profissionais de compliance**. v. 1. São Paulo: Atlas, 2010.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando: Introdução à Filosofia**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 1993.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodriguez. **Fundamentos de ética empresarial e Econômica**. São Paulo: Atlas, 2003.

ASSAD, Marta Maria Nogueira. **Desvio de conduta**: Um estudo exploratório sobre atitudes antiéticas de empregados do setor industrial. 2007. 114 p. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2007.

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1991.

BARROS, Flávia Carneiro; ARRUDA, Vânia Carla de. **O valor da ética nas empresas bancárias**. 2003. Monografia (Especialização em Gestão de Negócios) – Universidade Federal do Paraná, Cuiabá/MT, 2003. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/52986/Flavia%20C%20Barros%20e%20Vania%20C%20Arruda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 27 jul. 2021.

BARROS, Aidil de Jesus Paes de; LEHFELD, Neide A.S. **Projeto de pesquisa: propostas metodológicas**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: Como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 68-80, jan./jul. 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/18027/16976>. Acesso em: 14 abr. 2020.

CHERMAN, Andréa; THOME, Patrícia Amélia. Códigos de Ética Corporativa e a Tomada de Decisão Ética: Instrumentos de Gestão e Orientação de Valores Organizacionais? **RAC**, v. 9, n. 3, p. 99-120, jul./set. 2005.

INSTITUTO ETHOS. **Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas**. São Paulo: Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, 2000.

LARUCCIA, Mauro Maia; YAMADA, Karen Junko. O desenvolvimento sustentável e a gestão de compliance em instituições financeiras. **Revista Estratégica**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 49-68, 2011.

LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E.D.A. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: Pedagógica e Universitária, 1986.

MARCIAL, Elaine C.; COSTA, Alfredo J. L.; CURVELLO, João A. Lícito Versus Ético: Como as ferramentas de inteligência competitiva podem contribuir para a boa imagem corporativa. **Revista Inteligência Organização**, Rio de Janeiro, n. 12, p. 23-29, jul. 2002. Disponível em: <http://www.acaocomunicativa.pro.br/artigo3.pdf> Acesso em: 20 abr. 2020.

NAKAMURA, Elaine Aparecida Maruyama Vieira; NAKAMURA; Wilson Toshiro; JONES, Graciela Dias Coelho. Necessidade de estrutura de compliance nas instituições financeiras. **Revista Gestão & Tecnologia**, Pedro Leopoldo, v. 19, n. 5, p. 257-275, out./dez. 2019.

PAINE, Lynn S. Managing for Organizational Integrity. **Harvard Business Review**. Massachusetts, v. 72, n. 2, p. 106–117, mar./abr. 1994.

PEREIRA, C.A.A. *et al.* Importância da ética para a prática e para a ciência. **Revista Portuguesa de Bioética**, Lisboa, n. 8, p. 187-197, 2009.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013.

RODRIGUES, João Vítor Freitas. **Compliance nas Instituições Bancárias**: Relação com o Sistema de Controlo Interno e a Auditoria Interna. Dissertação (Mestrado em Direito e Gestão) - Faculdade de Direito Escola do Porto, Universidade Católica Portuguesa, Porto, 2019.

RONCONI, Diego Richard. **Os códigos de ética e disciplina empresariais e seu impacto na dinâmica da sociedade e na cidadania empresarial**. 2004. Disponível em:

<https://jus.com.br/artigos/5530/os-codigos-de-etica-e-disciplina-empresariais-e-seu-impacto-na-dinamica-da-sociedade-e-na-cidadania-empresarial>. Acesso em: 20 abr. 2020.

SANTANDER. **Código de Conduta Ética Santander**. Disponível em: [https://www.santander.com.br/document/wps/codigo\\_de\\_etica\\_PT.pdf](https://www.santander.com.br/document/wps/codigo_de_etica_PT.pdf). Acesso em: 20 abr. 2021.

SROUR, Robert Henry. **Poder, Cultura e Ética nas Organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

\_\_\_\_\_. **Ética Empresarial: O ciclo virtuoso dos negócios.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.