

PERCEPÇÕES DE FUTUROS ADMINISTRADORES SOBRE ÉTICA ORGANIZACIONAL

Lucas Israel Oliveira Testi*
João Vitor de Souza Dadamo*
Juliana Marangoni Amarante**
João Marcelo Crubellate***

RESUMO: O presente estudo busca compreender como a formação no curso de graduação em Administração de uma universidade estadual paranaense influencia a percepção de alunos quanto ao significado e à importância conferida à ética organizacional. Após um levantamento bibliográfico acerca de três grandes áreas temáticas – ética organizacional, legitimidade moral das organizações e o espaço ocupado pela ética no ensino da Administração no país – foram levantadas as percepções acerca do tema juntamente a 168 alunos do curso de Administração da universidade, sendo 91 do primeiro ano (ingressantes) e 77 do quinto ano (concluintes), por meio da aplicação de questionários com questões abertas e fechadas, no mês de novembro de 2017. Os dados foram analisados de maneira quantitativa por meio de análise estatística descritiva e qualitativa por meio de análise de conteúdo (BARDIN, 1977). Os resultados indicaram que, apesar de 95% dos alunos do quinto ano afirmarem que tiveram contato com o tema ao longo do curso, os concluintes não demonstraram um conhecimento significativamente maior acerca dos conceitos relacionados à ética organizacional em comparação com os ingressantes.

PALAVRAS-CHAVE: Estudantes; Ética Organizacional; Graduação em Administração.

FUTURE MANAGER'S PERCEPTIONS ON ORGANIZATIONAL ETHICS

ABSTRACT: This study aims at comprehending how the undergraduation course of Business Administration at a state university in the State of Paraná influences the perception of students about the meaning and importance given to organizational ethics. After having conducted a bibliographical research about three large areas – organizational ethics, moral legitimacy of organizations and the space filled by ethics in the Business Administration education across the country – perceptions on the theme were raised along with 168 students from the Business Administration course of the university, being 91 from the first grade and 77 from the fifth grade, by means of the application of questionnaires with open and closed questions, in November of 2017. The data was quantitatively analysed through statistical–descriptive analysis and qualitatively through content analysis (BARDIN, 1977). The results indicated that, despite of 95% of the fifth grade students claim to have had contact with the subject along the course, they do not demonstrate a significantly higher knowledge about the concepts related to organizational ethics when compared to those in the first grade.

KEYWORDS: Organizational ethics; Students; Undergraduate degree in business administration.

INTRODUÇÃO

Escândalos de corrupção recentes no Brasil envolvendo a alta administração de grandes corporações e o setor público têm evidenciado comportamentos que atentam contra o bem comum da sociedade em prol do favorecimento de pequenos grupos.

* Bacharel em Administração pela Universidade Estadual de Maringá (UEM), Maringá, PR, Brasil.

** Doutora em Administração pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Docente do Departamento de Administração da Universidade Estadual de Maringá (UEM), Maringá, PR, Brasil. E-mail: juliana.marangoni.amarante@gmail.com

*** Doutor em Administração pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Doutor em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC/PR). Docente do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual de Maringá (UEM), Maringá, PR, Brasil.

Ainda que organizações possam se beneficiar, em um primeiro momento, com condutas dessa natureza, uma vez trazidos à tona, tais comportamentos levam ao enfraquecimento da legitimidade moral das organizações envolvidas.

Além dessa implicação, talvez a consequência mais grave de tais comportamentos diga respeito à reverberação social desencadeada, normalizando—o com o passar do tempo, isto é, tornando—o legítimo, uma vez que a realidade social é resultado de uma construção contínua na qual indivíduos e organizações são produtores e ao mesmo tempo produzidos por tal realidade (FERGUSON, 1998).

Portanto, seja pelo risco do enfraquecimento da legitimidade moral das organizações, ou pelas consequências sociais mais amplas que resultam de uma conduta que viole valores socialmente aceitos — dado o impacto potencial do administrador na sociedade, seja como empreendedor, profissional autônomo ou mesmo funcionário de organizações — a formação desses futuros profissionais tem uma importância significativa também no que se refere a questões relacionadas com a temática da ética organizacional.

Com base no exposto, o objetivo geral deste estudo foi compreender como o curso de graduação em Administração de uma universidade estadual paranaense influencia a percepção de alunos quanto ao significado e à importância da ética organizacional. Para viabilizar tal investigação, buscou—se comparar as percepções de alunos ingressantes e concluintes, acerca do significado e da importância da ética organizacional para as organizações e para a sociedade em sentido mais amplo.

Optou—se por essa abordagem de investigação do fenômeno, isto é, analisar as percepções dos alunos, ao invés de analisar as ementas das disciplinas ministradas no curso, uma vez que interessava aos pesquisadores compreender o resultado da transformação que o curso provoca nos alunos e não os meios utilizados para tal transformação.

Do ponto de vista teórico, o estudo objetiva ampliar a discussão sobre ética organizacional, a partir

do cruzamento de estudos sobre ética organizacional; estudos sobre a legitimidade moral das organizações; e estudos sobre o espaço ocupado pela ética na formação acadêmica dos Administradores no Brasil.

Do ponto de vista prático o estudo proposto se justifica pois permite refletir sobre o ensino desses futuros profissionais e rever maneiras de enfatizar as discussões sobre ética no cotidiano das disciplinas ministradas no curso.

Dessa maneira evidencia—se a importância de analisar a formação do Administrador, para compreender de que maneira a graduação influencia na percepção desses futuros profissionais quanto à ética organizacional.

Partindo do exposto, antes da porção empírica do presente estudo é preciso compreender alguns conceitos—chave para a execução deste. Assim, propõe—se uma discussão teórica baseada em três grandes áreas temáticas relacionadas ao objetivo da pesquisa, a saber: legitimidade moral, ética organizacional e ensino de Administração.

É importante para as organizações que elas consigam demonstrar que sua existência tem um importante papel na sociedade. Legitimidade é o processo pelo qual uma organização justifica a seus sistemas iguais ou superiores seu direito de existir (MAURER, 1971, tradução nossa).

Nessa perspectiva, a legitimidade revela uma adequação entre os valores sociais e atividades organizacionais, dentre as normas de comportamento aceitável no campo de sistema social (DOWLING; PFEFFER, 1975, tradução nossa). Legitimidade é uma hipótese ou percepção generalizada de que as ações de uma entidade são desejáveis, próprias ou apropriadas dentro de um sistema de normas, valores, crenças e definições construídos socialmente (GINZEL; KRAMER; SUTTON, 1992; NIELSON; RAO, 1987; PERROW, 1970 *apud* SUCHMAN, 1995, tradução nossa).

Nesse sentido, compreende—se legitimidade organizacional como a maneira e o processo pelo qual organizações fundamentam a razão de sua existência. Tal fundamentação baseia—se no entendimento de que essas organizações, e suas ações que afetam

direta e indiretamente o mercado e seus agentes, são desejadas em determinado círculo social. Dada a relevância dessa questão, diversos são os estudos que abordam a temática da legitimidade na atualidade, como por exemplo De Farias, Andrade e Gomes (2017), Souza (2017), Zanchet, Gomes, Kremer e Pasquali (2017) e Fank, Wernke e Zanin (2019).

Como uma vertente dos estudos sobre legitimidade, a legitimidade moral avalia o comportamento ético da organização perante suas atividades. Refere-se à ‘fazer a coisa certa’, e reflete os valores socialmente construídos, promovendo assim um bem-estar social (SUCHMAN, 1995).

Organizações anseiam por legitimidade e, para isso, buscam estar em conformidade com leis, regras, questões normativas e com o quadro cultural-cognitivo prevalecente (MEYER; ROWAN, 1977; DIMAGGIO; POWELL, 1983). A legitimidade moral é obtida e mantida se a organização demonstrar adequação aos valores sociais aceitos e, sobretudo, não violá-los (DEEPHOUSE *et al.*, 2017).

No entanto, estudos mais recentes no âmbito da Teoria Institucional evidenciam um processo mútuo, contínuo e dialético na construção do mundo institucional (BERGER; LUCKMANN, 2003). Em outras palavras, a relação que se estabelece entre organizações e ambiente institucional é melhor compreendida se observada a partir de uma perspectiva de uma interação recursiva.

Respostas organizacionais às pressões institucionais não podem ser explicadas segundo uma lógica de causalidade direta e unilateral. O poder de agência, segundo essa perspectiva, é o que permite a escolha de respostas adequadas não só ao ambiente, mas também em relação às expectativas e objetivos internos das organizações (OLIVER, 1991; LAWRENCE, 1999; MACHADO-DA-SILVA; FONSECA; CRUBELLATE, 2005; CRUBELLATE *et al.*, 2007; SCOTT, 2014; AMARANTE; CRUBELLATE; MEYER JUNIOR, 2017; AMARANTE; CRUBELLATE, 2020).

Como consequência, é possível afirmar sob essa perspectiva que decisões organizacionais como por exemplo, sobre o agir ético, são resultantes de

processos complexos e dinâmicos entre agência e estrutura que formam “[...] um universo social em que todos os participantes são ao mesmo tempo produtores e consumidores, capturados em uma rede complexa de relações sociais, políticas e culturais que eles próprios teceram e continuam a tecer” (FERGUSON, 1998, p. 598, tradução nossa).

Além de implicações gerenciais resultantes da perda de legitimidade moral que afetariam a organização, uma segunda consequência mais ampla resultante de um comportamento organizacional que viole valores socialmente aceitos trata-se da legitimação desse tipo de comportamento, que, com o passar do tempo, pela repetição e impunidade, passa a ser socialmente aceito e reproduzido por outras organizações, causando o que poderíamos chamar de caos institucional, prejudicando a sociedade como um todo.

Assim, há de se refletir sobre o impacto que a conduta daqueles que estão à frente de organizações, sejam elas públicas ou privadas, pode exercer sobre a sociedade de um modo geral, ultrapassando os limites organizacionais, pois de acordo com Srour (2003, p. 50), “as decisões empresariais não são inócuas, anódinas ou isentas de consequências: carregam um enorme poder de irradiação pelos efeitos que provocam”.

O tema ‘ética’ é utilizado em diversos contextos: desde o dia a dia dos trabalhadores comuns até os mais altos escalões do mundo político e das grandes corporações. Atualmente, muito se discute sobre o que é pensar e agir eticamente, sobre o que é moral ou imoral. Sabe-se que o termo ética relaciona-se com a consideração da coletividade durante a tomada de decisões. Enquanto teoria, a ética refere-se aos valores e aos códigos que norteiam o comportamento em uma tomada de decisão em um determinado contexto. É um consenso dos princípios morais, que diz o que se deve ou não ser feito em conjunção do que é considerado certo ou errado em um determinado contexto de espaço-tempo. Se considerado o contexto organizacional, leva-se ainda em conta a cultura e o clima (ALMEIDA, 2007).

No presente estudo, não se objetiva discutir a ética do sujeito, tal como em Crubellate (2017). O

foco repousa na ética organizacional, que pode ser considerada uma vertente dos estudos relacionados à ética. Tal temática tem sido objeto de relevantes pesquisas na atualidade (ALOISE; ROCHA; OLEA, 2017; ASHLEY, 2017; KAPTEIN, 2017).

O termo remete ao pensar organizacional relacionado ao planejamento e tomada de decisão. O entendimento de ética organizacional abrange padrões e princípios que norteiam o comportamento das empresas no mundo dos negócios, uma vez que elas estão imersas na sociedade. Elas precisam tomar decisões e agir de modo que não agridam os princípios e padrões que orientam a sociedade e seus agentes. A importância de estar em conformidade com tais princípios de maneira predominante é evidente, pois comportamentos desviantes podem ocasionar impacto negativo direto nos resultados da organização, levando, inclusive, a falência (SIMS; BRINKMANN, 2003).

A partir dessa concepção, entende-se Ética Organizacional como as responsabilidades éticas que correspondem aos comportamentos esperados pela sociedade, apesar de não codificados por lei, que envolvem uma série de padrões, normas e expectativas para atender o que diversos públicos da organização consideram como legítimas, corretas e justas (ASHLEY, 2017). Portanto, existe uma série de exigências sociais com as quais empresas que buscam ser eticamente responsáveis devem cumprir.

É possível compreender, então, que ética organizacional trata-se dos padrões e normas que, embora muitas vezes não formalizados, afetam direta e indiretamente as ações de qualquer organização. Ratificando as definições apresentadas, tem-se que:

Ética Organizacional é um estudo de como esses padrões morais aplicam-se à conduta dos indivíduos envolvidos nessas organizações, através das quais sociedades modernas produzem e distribuem produtos e serviços. Ética organizacional é uma forma de ética aplicada. Inclui não apenas a análise de princípios e normas morais, mas também tenta aplicar as conclusões dessa análise a tipos particulares de

comportamentos: o comportamento de pessoas em instituições empresariais (DE GEORGE, 1990, p. 16 *apud* PAULINO, 2003, tradução nossa).

Para Ferrel, Fraedrich e Ferrel (2000), ética empresarial compreende princípios e padrões que orientam o comportamento no mundo dos negócios. Um dos principais princípios relacionados à Ética Organizacional é que esta pode ser entendida como sendo um conjunto de comportamentos explicitado pela organização quando atuam em conformidade com os princípios, valores e padrões éticos que são impostos e aceitos como corretos pela sociedade (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009). A Ética Organizacional pode ser evidenciada no comportamento, nas ações, nas práticas das empresas direcionadas aos seus funcionários, clientes, fornecedores e sociedade de maneira mais ampla.

Bondarik, Pilatti e De Francisco (2006) expõem que a ética empresarial serve como marco referencial para que a organização atinja seus objetivos e desta forma satisfaça todos aqueles que com ela encontram-se relacionados direta ou indiretamente. Ou seja, para que as instituições cumpram seu papel enquanto empreendimentos e satisfaçam os elementos que estejam direta ou indiretamente ligados a elas, o uso dos conceitos e, principalmente, atitudes classificadas como éticas, são necessários.

Para Passos (2008, p. 66) a ética organizacional “[...] visa tornar inteligível a moral vigente nas empresas [...]”. Em outras palavras, de acordo com Humberg (2006, p. 82), ela

[...] envolve a definição clara de posturas adotadas pela empresa e por seus colaboradores, a partir dos dirigentes e, embora baseada em conceitos morais, distingue-se destes pela sua característica mais utilitária. Trata-se de estabelecer os procedimentos para o dia a dia da empresa e não conceitos filosóficos ideais.

É preciso ainda considerar as implicações coletivas do comportamento ético (VIANA, 2006). Nesse sentido, as regras morais devem apoiar-se nos seguintes pilares:

Ligação do indivíduo como bem comum; responsabilidade individual e inalienável de cada um pelo que ele é ou ela faz; a validade universal da ‘regra áurea’, da dignidade humana do princípio da justiça, bem como o mandamento de apoiar os mais fracos; necessidade de obrigar-se a formas de vida compatíveis com o social, promotoras da paz e favoráveis à natureza (LEISINGER; SHMITT, 2001, p. 66).

É igualmente relevante refletir sobre as consequências que ações organizacionais podem trazer à sociedade como um todo. Todas as ações, planejadas ou não, e executadas pelas organizações impactam de alguma forma a sociedade e seus membros. Observa-se uma crescente discussão sobre os aspectos morais que envolvem a ação administrativa em decorrência da grande visibilidade de escândalos financeiros, enriquecimento ilícitos de gestores, decisões especulativas, perturbações geradas pela técnica, ou falta de, em diversos níveis de organizações (CHANLAT, 1992). Parece haver uma tendência de valorização das responsabilidades das organizações perante a sociedade, uma vez que não é mais tolerado a maximização do lucro e o crescimento das empresas sem considerar as questões éticas, sociais e ambientais (CASTRO; AVILA, 2013). Mohr, Webb e Harris (2001) defendem que a responsabilidade ética das organizações passa pelo compromisso de minimizar ou eliminar os efeitos negativos das ações organizacionais e maximizar os benefícios de longo prazo dessas ações para a sociedade.

Em oposição a essa perspectiva, a cultura do “jeitinho brasileiro” parte justamente do contrário, ou seja, credita-se mais valor à individualidade do que à coletividade e assim sendo o alcance de objetivos pessoais é justificado socialmente mesmo que resulte da desobediência de determinações coletivas tais

como leis ou normas que existem para garantir o bem comum (MOTTA; ALCADIPANI, 1999).

É importante, contudo, não confundir ética e códigos de ética. Os códigos de ética organizacionais são instrumentos que servem para demonstrar os princípios, a visão e valores de uma empresa. Através deles conhece-se a postura social da instituição diante do público. Podemos considerá-lo, então, como uma “declaração formal das expectativas da empresa à conduta de seus executivos e demais funcionários” (WHITAKER, 2006).

As profissões também possuem código de ética. Por exemplo, o Código de Ética dos Profissionais de Administração tem a missão de ser um guia orientador e estimulador de novos comportamentos que vão servir de parâmetros para atuação do profissional em administração. Ele estabelece que “o exercício da atividade dos Profissionais de Administração implica em compromisso moral com o indivíduo, cliente, empregador, a sociedade e a sustentabilidade das organizações, impondo deveres e responsabilidades indelegáveis” (CONSELHO..., 2018, p. 2).

Ainda assim, não são raros os exemplos de condutas antiéticas por parte desses profissionais. Constata-se, portanto, a existência de uma lacuna entre diretrizes do que consiste o agir de maneira ética e a prática administrativa propriamente dita. Na perspectiva de Wines (2008), isso se explicaria porque acadêmicos da área de negócios são geralmente doutrinados segundo uma perspectiva demasiadamente utilitarista de ética e, conseqüentemente, não estariam de fato preparados para lidar com escolhas morais de natureza complexa, no exercício de suas atividades profissionais.

Em uma perspectiva mais ampla, talvez a solução para tal inconsistência entre regras e prática seja uma mudança de foco, como indicado por Mabey, Egri e Parry (2015, p. 536, tradução nossa): “Talvez a preocupação deva ser colocada sobre o tipo de pessoa que cada um de nós deve se tornar e a liderança que isto então evoca, em vez de sobre as regras que devemos obedecer”.

No estudo de Nascimento e Pinho (2020), os autores investigaram a percepção da corrupção por parte de alunos de um curso de Ciências Contábeis em uma universidade federal brasileira, chegando a conclusão que são necessárias novas formas de trabalhar pedagogicamente essa temática em cursos de graduação da área de negócios, com o objetivo de desenvolver a percepção desses futuros profissionais acerca desse tema que tem se mostrado tão relevante em especial nos últimos anos.

Os cursos brasileiros de Administração têm como objetivos gerais ensinar seus alunos a criar, desenvolver e gerir organizações, sejam elas públicas ou privadas. Naturalmente, o processo de tomada de decisão com o qual os gestores se deparam no cotidiano envolve questões éticas. Dessa maneira, os cursos de Administração buscam trazer aos seus alunos objetos de reflexão sobre esse tema. Corroborando o pensamento acima, Ferreira, Ferreira e Faria (2011) salientam que a maior parte dos estudos sobre o ensino da Ética nas escolas de Administração tem se preocupado em investigar sua eficácia na mudança de atitude dos alunos frente a situações que envolvem questões éticas.

A questão sobre o ensino da ética nos cursos de graduação em Administração no Brasil tem sua institucionalização fundamentada em documento oficial desde 13 de julho de 2005, com a resolução nº 4, realizada pelo Conselho Nacional de Educação, no qual foram instituídas as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração. No entanto, o próprio documento não trabalha, profundamente, a questão ética no país. Ao longo das 4 páginas do documento, a palavra “ética” foi utilizada uma única vez, no artigo 4º, tópico V:

O curso de Graduação em Administração deve possibilitar a formação profissional que revele, pelo menos, as seguintes competências e habilidades: V) ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional.

O desafio para as escolas de Administração do país é, portanto, preparar os alunos para serem profissionais que além de competências técnicas tenham dentre as comportamentais o compromisso com as implicações éticas de sua atuação profissional seja no setor público, como funcionários da iniciativa privada, ou mesmo como empreendedores.

2 METODOLOGIA

Quanto aos objetivos, o estudo caracteriza-se como descritivo (GIL, 1996; TRIVIÑOS, 1987; VERGARA, 1998), dado que visou descrever as percepções de dois grupos de alunos, ingressantes e concluintes do curso de Administração de uma universidade estadual paranaense, acerca da ética organizacional e suas implicações.

Quanto aos procedimentos de coleta de dados (GIL, 1996), utilizou-se pesquisa bibliográfica, documental e pesquisa de levantamento. A pesquisa bibliográfica foi utilizada para a construção do embasamento teórico do estudo e foi construída a partir de publicações científicas, tais como livros e artigos. A pesquisa documental buscou regulações relacionadas ao ensino da Administração e outros. Já o levantamento foi responsável pela coleta dos dados primários junto aos alunos pesquisados. A coleta ocorreu no mês de novembro de 2017, quando os pesquisadores aplicaram questionários em sala de aula para alunos de todas as turmas do primeiro e quinto anos matutino e noturno, do curso de Administração da universidade pesquisada, totalizando a participação de 168 alunos, sendo 91 do primeiro ano (ingressantes) e 77 do quinto ano (concluintes).

Os questionários possuíam 10 questões ao todo, sendo 7 fechadas e 3 abertas, que posteriormente foram analisadas qualitativa e quantitativamente, caracterizando assim um estudo de natureza mista (JOHNSON; ONWUEGBUZIE; TURNER, 2007). As questões fechadas tinham a finalidade de traçar o perfil do respondente e as abertas objetivavam investigar sua compreensão acerca do significado e importância da ética organizacional. Além de análise

estatística descritiva, foi empregada análise de conteúdo (BARDIN, 1977).

De acordo com Bardin (1977) a análise de conteúdo pode ser caracterizada como um conjunto de técnicas que faz uso de procedimentos objetivos e sistemáticos de descrição do conteúdo de mensagens. A análise de conteúdo é dividida em três fases: pré-análise; exploração do material; e tratamento dos dados, inferência e interpretação (BARDIN, 1977).

No estudo proposto, durante a fase de pré-análise todas as respostas obtidas a partir dos questionários foram digitadas e tabuladas em uma planilha do *Microsoft Excel* em que cada linha correspondia a um respondente e cada coluna a uma pergunta. Na sequência foi realizada uma leitura ou apreciação geral das respostas com vistas a esboçar ideias iniciais de análise. Na fase de exploração do material, propriamente dita, foram realizadas leituras mais aprofundadas e foram criadas categorias que representassem ideias apresentadas pelos respondentes. Dessa maneira, foi criada uma nova planilha no *Excel* que reuniu trechos das respostas dos alunos para cada categoria criada. E por fim, na fase de tratamento dos resultados, inferência e interpretação, os pesquisadores fizeram os dados ganhar significado para o estudo, buscando especificamente atender ao objetivo da pesquisa.

3 RESULTADOS

O Quadro 1 apresenta um comparativo das questões quantitativas entre os respondentes pertencentes aos dois grupos de alunos pesquisados.

Uma das perguntas do questionário era: qual o ano de ingresso no curso de Administração nessa universidade. Do total de 105 questionários respondidos pelos alunos do primeiro ano do curso, apenas 86,7% afirmaram que ingressaram em 2017, isto é, eram de fato ingressantes no curso. Nesse sentido, optou-se por apenas considerar as respostas desses alunos como representantes do primeiro grupo. Já quanto ao grupo dos concluintes, o fato de alguns alunos

terem ingressado há mais tempo do que os 5 anos regulares do curso não afetam suas respostas para essa pesquisa. Dessa maneira, optou-se por analisar todas as respostas dos grupos dos concluintes. Assim sendo, o total de alunos considerados na pesquisa passou a ser de 168, sendo 91 ingressantes e 77 concluintes. Os percentuais que aparecem no Quadro 1 são referentes, portanto, a esse total.

A diferença de idade entre os alunos dos dois grupos reflete o esperado de acordo com os anos cursados. Dessa maneira, ingressantes podem ser considerados na média três anos mais novos que os concluintes. Quanto ao gênero dos respondentes, nota-se uma predominância masculina nos dois grupos.

25% dos ingressantes e 31% dos concluintes já tiveram alguma experiência com outro curso superior antes ou durante a realização do curso de Administração nessa universidade. Esse dado é importante porque é possível que parte de suas percepções acerca do tema “ética organizacional” tenha sido construída no decorrer do outro curso de graduação.

Quanto à experiência profissional seja como estagiário ou funcionário na área da Administração, a principal diferença entre os grupos foi observada no percentual de respondentes que marcaram a alternativa “nunca trabalhou ou fez estágio na área”. Os ingressantes somaram 40% e os concluintes 8%. Essa informação é fundamental visto que a experiência prática na área administrativa afeta a percepção dos alunos quanto ao significado e importância da ética, como será visto adiante na análise qualitativa das respostas.

Quadro 1. Comparativo entre os perfis de alunos ingressantes e concluintes

	Ingressantes (1º ano)	Concluintes (5º ano)
	91 questionários válidos	77 questionários válidos
Idade		
Mínima	17 anos	21 anos
Máxima	31 anos	34 anos
Média	20 anos	23 anos
Moda	18 anos	22 anos
Gênero	Mulheres 48%	Mulheres 44%
	Homens 52%	Homens 56%
Iniciaram um curso anterior a esse	25%	21%
Iniciaram um curso durante esse	0%	10%
Experiência profissional		
– atualmente trabalha ou faz estágio na área	49%	67%
– já trabalhou ou fez estágio na área, mas atualmente não trabalha nem faz estágio na área	11%	25%
– nunca trabalhou ou fez estágio na área	40%	8%
Contato com o tema “ética organizacional” ao longo do curso		
– “Já vimos o tema ‘ética organizacional’ em sala em alguma(s) disciplina(s) e já tivemos aula(s) dedicada(s) para esse assunto”	22%	46%
– “Já vimos o tema ‘ética organizacional’ em sala em alguma(s) disciplina(s), mas nunca em uma aula dedicada para esse assunto”	38%	45%
– “O tema ‘ética organizacional’ está sempre presente nas discussões em sala na maioria das disciplinas”	6%	4%
– “Não me recordo de termos visto em sala o tema ‘ética organizacional’ até agora no curso”	33%	5%
– Não souberam ou não responderam	1%	0%
Considera importante o estudo da “ética organizacional” durante o curso?	Sim: 97%	Sim: 96%
	Não: 3%	Não: 4%

Fonte: dados da pesquisa.

No próximo tópico será apresentada a discussão a respeito das questões quantitativas e qualitativas que trataram especificamente da percepção dos alunos acerca da temática foco do presente estudo, ou seja, a ética organizacional.

4 DISCUSSÃO

No que se refere ao contato dos alunos com o tema “ética organizacional” ao longo do curso de graduação em Administração da universidade

pesquisada, evidencia-se, como era de se esperar, uma proporção maior de concluintes (95%), que afirmaram já ter discutido o tema em sala de aula, seja em uma aula específica para isso, ou como um tópico que é abordado em disciplinas no geral, em comparação com os ingressantes (66%). As respostas a essa pergunta destacam que o curso tem, de fato, proporcionado aos alunos um ambiente para discussão e reflexão dessa temática.

Quando indagados acerca da importância do estudo da “ética organizacional” durante o curso, o percentual de respondentes manteve-se praticamente igual, o que indica que a importância é percebida logo no início do curso, ou trata-se de uma percepção que precede o ingresso no curso.

Além das questões fechadas apresentadas no Quadro 1, o questionário contava ainda com mais três questões abertas voltadas especificamente à compreensão do fenômeno abordado no presente estudo. A primeira delas pedia para o aluno explicar o porquê de sua resposta na última questão fechada, ou seja, porque ele considerava importante ou não o estudo da “ética organizacional” durante o curso de Administração. A segunda questão aberta era: “O que você entende por ética organizacional?” e a última questão era: “No seu entendimento, quais são as consequências de um comportamento organizacional que viole valores socialmente aceitos?”

Ao contrário do que era esperado, notou-se que não existem diferenças significativas entre as percepções dos dois grupos quanto aos conceitos relativos à ética organizacional e, principalmente, seu impacto na sociedade.

Na primeira pergunta aberta, notou-se três tipos de padrões nos quais as respostas eram baseadas: uma perspectiva organizacional, uma perspectiva individual e uma perspectiva perante a sociedade de uma maneira mais ampla. Isso significa que as respostas às perguntas qualitativas foram analisadas fundamentadas nessas possibilidades.

Próximo de um terço dos concluintes entende que a importância principal do estudo da ética se dá na esfera individual. O grupo dos ingressantes teve

um percentual similar, ligeiramente maior, de alunos que relacionam a importância do estudo da ética organizacional aos profissionais administradores e seus comportamentos no local de trabalho. Apesar de não estar incorreta, tal percepção revela-se uma redução do significado da ética.

É crítico, contudo, que 25%, tanto dos ingressantes quanto dos concluintes, não conseguiram explicar o porquê da importância do estudo desse tema. Ou seja, um quarto de todos os respondentes não consegue perceber a importância do conhecimento sobre ética organizacional na prática.

Quando questionados “o que você entende por ‘ética organizacional’?” 12% dos ingressantes e 10% dos concluintes escreveram que não sabiam ou deixaram a resposta em branco. Esse percentual é importante uma vez que apenas 5% dos concluintes afirmaram não se lembrar de ter visto o tema em sala de aula ao longo do curso. Apenas 13% dos concluintes apresentaram uma resposta que vai ao encontro dos conceitos de ética organizacional suportados por pesquisadores da área. E no grupo dos ingressantes, esse percentual é ainda mais baixo, 7%.

Vale, novamente, salientar que algumas das definições acerca de Ética Organizacional a interpretam como as responsabilidades éticas que correspondem aos comportamentos esperados pela sociedade, apesar de não codificados por lei, que envolvem uma série de padrões, normas e expectativas para atender o que diversos públicos da organização consideram como legítimas, corretas e justas (ASHLEY, 2017). Um dos principais princípios relacionados à Ética Organizacional é que esta pode ser entendida como sendo um conjunto de comportamentos explicitado pela organização quando atuam em conformidade com os princípios, valores e padrões éticos que são impostos e aceitos como corretos pela sociedade (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009).

Por fim, como fechamento do questionário, foi indagado a respeito das consequências de um comportamento organizacional que viole valores socialmente aceitos. Mais da metade de todos os respondentes associou as consequências desse

tipo de comportamento antiético ao desempenho da organização, como no trecho: “a empresa pode ser vista com maus olhos pela população, assim perdendo clientes por causa de um marketing negativo” (Respondente do primeiro ano). Esse resultado vai ao encontro da perspectiva de Wines (2008) que evidencia a prevalência de um caráter utilitarista da ética dentre os acadêmicos da área de negócios, ou seja, uma perspectiva que ignora consequências mais amplas do agir em não conformidade com valores moralmente aceitos.

Conclui-se então que, embora o curso de Administração da universidade pesquisada tem proporcionado aos alunos contato com discussões e reflexões acerca da ética organizacional, o curso parece não lograr êxito no que se refere a incutir nos alunos implicações mais amplas do agir antiético na sociedade, como o destacado por Srour (2003) e Mohr, Webb e Harris (2001).

Mesmo com 95% dos alunos concluintes afirmando que tiveram contato com o tema ética organizacional, uma relevante proporção deles, 58%, tende a associar uma conduta que viole valores moralmente aceitos apenas com desempenho organizacional, como por exemplo, a perda de clientes, a alta rotatividade de funcionários e uma “imagem arranhada” junto ao mercado.

Parte dos concluintes, 14%, considera ainda consequências negativas ao indivíduo que pratica ou se depara com tais comportamentos que violem valores socialmente aceitos. Poucos foram os alunos concluintes, 8%, que mencionaram as consequências desse tipo de comportamento para a sociedade de maneira mais ampla. Observando as respostas dos ingressantes a essa questão, tem-se que 48% mencionam implicações no desempenho organizacional resultantes de comportamentos dessa natureza.

Um dos fatores que talvez possa explicar a discrepância entre o que é esperado dos alunos do último ano a respeito do tema ética organizacional e o que é realmente absorvido por eles durante o curso, talvez seja a pouca idade com a qual a maioria

dos alunos inicia e finaliza o curso de graduação em Administração nessa universidade. Cerca de 1 a cada 3 concluintes estão na faixa dos 22 anos. A falta de maturidade, que vem apenas com as experiências vividas ao longo do tempo, parece ser um limitador para a real percepção das dimensões que os impactos de ações antiéticas podem trazer à sociedade como um todo.

Outra análise que pode ser feita é a de que como a maioria dos concluintes tem experiência no mercado de trabalho, seja como estagiários ou funcionários de organizações, a percepção que eles têm acerca da importância da ética seja principalmente influenciada por essas experiências e não pelo que é ensinado e discutido em sala de aula. Pois como evidenciado pela literatura pertinente, existe um nítido descolamento entre teoria e prática no que se refere à ética organizacional, principalmente em decorrência da forte cultura nacional do “jeitinho brasileiro” (MOTTA; ALCADIPANI, 1999), que acaba influenciando as próprias culturas organizacionais acerca do que é certo e errado (ALMEIDA, 2007).

5 CONCLUSÃO

O objetivo do presente estudo foi compreender como o curso de graduação em Administração de uma universidade estadual paranaense influencia a percepção de alunos quanto ao significado e à importância da ética organizacional. Para viabilizar tal investigação, buscou-se comparar as percepções de alunos ingressantes e concluintes acerca do significado e da importância da ética organizacional para as organizações e para a sociedade em sentido mais amplo.

O principal eixo da análise comparativa entre os dois grupos de alunos revelou que apesar da quase totalidade dos concluintes (95%) terem respondido que tiveram contato com o tema ao longo do curso, eles não demonstraram um conhecimento significativamente mais profundo acerca dos conceitos relacionados à ética organizacional em comparação com os ingressantes.

O estudo tem sua principal contribuição por demonstrar que, ao contrário do que se esperava, formandos do curso de Administração, no caso específico estudado, não possuem um entendimento com mais propriedade acerca do conceito de ética organizacional e suas implicações, quando comparados aos alunos ingressantes no curso. Tal constatação traz certo grau de preocupação, pois evidencia o desafio que é desenvolver certas competências no aluno, em especial a consciência das implicações éticas do exercício profissional, prevista nas Diretrizes Nacionais Curriculares do Curso de Administração.

Dessa análise emerge um questionamento: o quanto está ao alcance do curso fazer para desenvolver em seus alunos um comprometimento real com o bem comum, que se traduza em práticas no exercício de sua atuação profissional?

A resposta a essa pergunta deve ponderar que a vivência de um aluno no decorrer do curso superior não se restringe à sala de aula, tampouco às leituras e aos trabalhos acadêmicos. O curso certamente tem um papel protagonista na formação do jovem Administrador, mas está longe de ter força suficiente para fazer frente às muitas vozes que mostram a todo o momento as recompensas imediatistas que o comportamento organizacional que ignora valores socialmente aceitos proporciona a empresas e indivíduos.

Considerando que 92% dos alunos do quinto ano do curso têm experiência profissional na área, seja na forma de emprego ou estágio, pode-se inferir sobre a influência que a atuação no mercado de trabalho tem em suas percepções, dentre as quais sobre a questão da ética organizacional. Seria um erro negligenciar a inserção desses indivíduos nos mais diversos setores da sociedade que, invariavelmente, moldam em conjunto sua visão de mundo. Nesse sentido, a responsabilidade pela formação ética de profissionais, independente da área de atuação, é da sociedade como um todo. Estado, mercado, família e instituições de ensino de todos os níveis, têm todos sua parcela na dinâmica dessa construção social. Cabe a cada uma dessas partes a autocrítica e o compromisso pelo

desenvolvimento de sua participação nesse processo coletivo.

Sugere-se que pesquisas futuras identifiquem a partir da perspectiva de docentes de cursos de gestão qual o espaço que a temática da ética organizacional ocupa em suas disciplinas e de que maneira esse conteúdo é desenvolvido.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, F. J. R. de. Ética e desempenho social das organizações: um modelo teórico de análise dos fatores culturais e contextuais. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 3, p. 105–125, 2007.
- ALOISE, P. G.; ROCHA, J. M.; OLEA, P. M. Relações entre ética organizacional, inovações ambientais e sustentabilidade. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 16, n. 2, 2017.
- AMARANTE, J. M.; CRUBELLATE, J. M. Institutional Pressures, Institutional Work and the Development of Universities' Entrepreneurial Turn. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, v. 24, n. 2, p. 119–133, 2020.
- AMARANTE, J. M.; CRUBELLATE, J. M.; MEYER JUNIOR, V. Estratégias em universidades: uma análise comparativa sob a perspectiva institucional. **Revista Gestão Universitária na América Latina – GUAL**, v. 10, n. 1, p. 190–212, 2017.
- ARRUDA, M. C. C.; WHITAKER, M. C.; RAMOS, J. M. R. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. São Paulo: Atlas, 2009.
- ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. Saraiva, 2017.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A Construção Social de**

Realidade: Tratado de Sociologia do Conhecimento. Tradução Floriano de Souza Fernandes. 23. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

BONDARIK, R.; PILATTI, L. A.; DE FRANCISCO, A. C. Ética managerial: a ética nas organizações empresariais. **Journal of Technology Management & Innovation**, v. 1, n. 5, 2006.

CASTRO, D. S. P.; AVILA, A. D. S. O ensino da sustentabilidade e a formação ética do administrador: um estudo bibliométrico sobre o estado da questão. **Revista de EDUCAÇÃO do Cogeime**, v. 22, n. 43, p. 37–51, 2013.

CHANLAT, J. A caminho de uma nova ética das relações nas organizações. **Revista de Administração de Empresas**, v. 32, n. 3, p. 68–73, 1992.

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. Código de Ética dos Profissionais de Administração. **Resolução Normativa CFA nº 537**, de 22 de março de 2018. Disponível em: http://documentos.cfa.org.br/arquivos/resolucao_537_2018_665.pdf. Acesso em: 01 jul. 2018.

CRUBELLATE, J. M. Ética, técnica e a lógica institucional da autovigilância. **Gestão e Sociedade**, v. 11, n. 28, p. 1680–1703, 2017.

DE FARIAS, L. G. Q.; ANDRADE, J. C. S.; GOMES, S. M. S. Estratégias de legitimidade de Suchman evidenciadas pelas empresas brasileiras destinatárias do pedido do Carbon Disclosure Project. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 10, n. 5, p. 854–869, 2017.

DEEPHOUSE, D. L.; BUNDY, J.; TOST, L. P.; SUCHMAN, M. C. Organizational Legitimacy: Six Key Questions. *In*: GREENWOOD, R.; OLIVER, C.; LAWRENCE, T. B.; MEYER, R. E. (ed.). **The SAGE handbook of organizational institutionalism** (2nd Ed). Thousand Oaks: Sage, 2017, p. 27–54.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. **American Sociological Review**, v. 48, n. 2, p. 147–160, 1983.

DOWLING, J.; PFEFFER, J. Organizational legitimacy: social values and organizational behavior. **Pacific Sociological Review**, v. 18, n. 1, jan. 1975.

FANK, D. R. B.; WERNKE, R.; ZANIN, A. Evidenciação das estratégias de legitimidade nos relatórios da administração da empresa Vale. **Management Control Review**, v. 4, n. 1, p. 50–69, 2019.

FERREIRA, D. A.; FERREIRA, L.; DE FARIA, M. D. O ensino da ética em administração: percepções e opiniões dos alunos. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 12, n. 1, p. 41–64, 2011.

FERGUSON, P. P. A cultural field in the making: gastronomy in the 19th century France. **American Journal of Sociology**, v. 104, n. 3, p. 597–641, 1998.

FERRELL, O. C.; FRAEDRICH, J.; FERREL, L. **Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos**. [s.l.]: Reichmann & Affonso, 2000.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1996.

HUMBERG, M. E. O Profissional e a ética empresarial. *In*: KUNSCH, M. K. (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006. p. 81–88.

JOHNSON, R. B.; ONWUEGBUZIE, A. J.; TURNER, L. A. Toward a definition of mixed methods research. **Journal of mixed methods research**, v. 1, n. 2, p. 112–133, 2007.

KAPTEIN, M. The Battle for Business Ethics: a struggle theory. **Journal of Business Ethics**, v. 144, n. 2, p. 343–361, ago. 2017.

LAWRENCE, T. B. Institutional Strategy. **Journal of Management**, v. 25, n. 2, p. 161–188, 1999.

- LEISINGER, K. M.; SCHMITT, K. **Ética empresarial: responsabilidade global e gerenciamento moderno**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- MAURER, J. G. **Readings in organization theory: open–system approaches**. Random House (NY), 1971.
- MABEY, C.; EGRI, C. P.; PARRY, K. From the Special Section Editors: Questions Business Schools Don't Ask. **Academy of Management Learning & Education**, v. 14, n. 4, p. 535–538, 2015.
- MACHADO–DA–SILVA, C. L.; FONSECA, V. S. DA; CRUBELLATE, J. M. Unlocking the institutionalization process: insights for an institutionalizing approach. **BAR – Brazilian Administration Review**, v. 2, n. 1, p. 1–20, 2005.
- MEYER, J. W.; ROWAN, B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. **The American Journal of Sociology**, v. 83, n. 2, p. 340–363, set. 1977.
- MOHR, L. A.; WEBB, D. J.; HARRIS, K. E. Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. **Journal of Consumer affairs**, v. 35, n. 1, p. 45–72, 2001.
- MOTTA, F. C. P.; ALCADIPANI, R. Jeitinho brasileiro, controle social e competição. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 6–12, mar. 1999.
- NASCIMENTO, R. S.; PINHO, R. C. S. Percepção da corrupção em ambiente acadêmico: análise empírica a partir de alunos do curso de ciências contábeis da Universidade Federal do Ceará (UFC). **Revista Ambiente Contábil**, v. 12, n. 1, p. 295–316, 2020.
- OLIVER, C. Strategic responses to institutional processes. **Academy of Management Review**, v. 16, n. 1, p. 145–179, 1991.
- PASSOS, E. **Ética nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 2008.
- PAULINO, E. M. de C. **O ensino da ética em cursos de graduação em administração**. 2003. 247f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós–Graduação em Administração) FGV/EAESP, São Paulo.
- SCOTT, W. R. **Institutions and organizations: ideas, interests and identities**. 4. ed. Thousand Oaks: Sage, 2014.
- SIMS, R. R.; BRINKMANN, J. Enron ethics (or: culture matters more than codes). **Journal of Business ethics**, v. 45, n. 3, p. 243–256, 2003.
- SOUZA, A. L. Estratégias Organizacionais para Recuperar a Legitimidade: Ameaças em Tempos de Escândalos. **Pensamento & Realidade**, v. 32, n. 2, p. 53, 2017.
- SROUR, R. **Ética Empresarial: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- SUCHMAN, M. Managing Legitimacy: strategic and institutional approaches. **Academy of Management Review**, v. 20, n. 3, p. 571–610, 1995.
- TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.
- VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1998.
- VIANA, F. **Reputação: a imagem para além da imagem**. São Paulo: Aberje, 2006. (Caderno ABERJE, v. 1).
- WHITAKER, M. C. Por que as empresas estão implantando códigos de ética. **Portal do Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social**, 16 ago. 2006. Disponível em: <http://www.idis.org.br/por-que-as-empresas-estao-implantando-codigos-de-etica/>. Acesso em: 28 maio 2018.

WINES, W. A. Seven Pillars of Business Ethics: toward a comprehensive framework. **Journal of Business Ethics**, v. 79, n. 4, p. 483–499, 2008.

ZANCHET, A.; GOMES, J. K. O.; KREMER, J. T.; PASQUALI, K. S. Estratégias de Legitimidade Social nos Relatórios de Sustentabilidade e de Administração da Samarco Mineração. **Revista de Contabilidade da UFBA**, v. 11, n. 3, p. 51–74, 2017.

Recebido em: 02/03/2020

Aceito em: 24/04/2020