

## **O Código de Ética das Organizações Bancárias: Uma Análise do Discurso Ético dos Bancos Comerciais\***

The ethics codes of banking organizations:  
an analysis the ethics speech of commercial banks

Ana Paula Megiolaro\*\*  
Arthur Meucci\*\*\*

### **RESUMO**

Este trabalho se propôs a analisar os discursos éticos contidos nos códigos de ética das organizações financeiras, selecionadas na pesquisa, que possuíam seus códigos de ética disponíveis para consulta pública. Selecionamos um universo amostral de sete organizações financeiras, sendo que iremos expor quatro instituições estudadas até agora: Banco Santander, Banco Itaú, Banco do Brasil, e Caixa Econômica Federal. Os códigos de ética servem como determinado instrumento de comunicação da organização, e seu estudo revela os modos pelo qual a empresa constrói sua imagem, sua cultura, e sua relação com funcionários e clientes. Utilizamos como técnica de pesquisa a análise de discurso, ancorada nos pressupostos de Bakhtin (1995), Verón (1980), e autores afins. Tal postura se justifica pela singularidade do objeto e pelas hipóteses levantadas. Estabelecemos categorias de discurso ético segundo as teorias filosóficas e classificamos os códigos de ética segundo as categorias prototípicas estabelecidas.

**Palavras-chave:** Bancos Comerciais; Códigos de Ética; Comunicação Organizacional; Protótipos Éticos

### **ABSTRACT**

This paper has as objective to analyze the contained ethical speeches in the codes of ethics of the financial organizations that haven its available codes of ethics for public consultation. We select a universe amostral of seven financial organizations, being that we will go to display four institutions studied until the moment: Banco Santander, Banco Itaú, Banco do Brasil, e Caixa Econômica Federal. The ethics codes serve as an instrument of communication of the organization, and its study it discloses the ways as the company constructs its image, its culture, and its relation with its employees and customers. We use as research technique the analysis of speech, based on the estimated ones of Bakhtin (1995), Verón (1980), and disciples. This position if justifies for the singularity of the object and the raised hypotheses. We establish the categories of ethical speech according to philosophical theories and classify the ethics codes according to established prototypes categories.

**Key words:** Commercial banks; Codes of Ethics; Organizacional communication; Ethical prototypes

---

\* Artigo apresentado e publicado no IV CONVIBRA (Congresso Virtual Brasileiro de Administração), em dezembro de 2007, em São Paulo.

\*\* Mestre em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Professora do Centro Universitário Metodista IPA. Rede Metodista do Sul.

\*\*\* Mestrando do departamento de Filosofia da Universidade de São Paulo. Membro da Associação Scientiae e Studia. Pesquisador de Ética e Comunicação Organizacional do Espaço Ética.

## Introdução

Numa sociedade onde os problemas de cunho moral de nossos líderes políticos, empresários, celebridades, policiais e até mesmo agentes do judiciário são expostos, com frequência, pelos meios de comunicação, não é de se estagnar que o apelo à consciência ética se torne freqüente. Ética e moralidade são discursos, cada vez mais, recorrentes na polifonia discursiva do povo brasileiro. Discursos utilizados em demasia no mundo corporativo.

Onde há demanda se constitui um mercado para prover. Eis uma lei intrínseca ao sistema capitalista. Estamos tratando aqui de um “mercado de bens éticos”. O brasileiro, com um medo sem sentido de que a imoralidade se instaure como regra no país, clama por instâncias que se ponham como *portadores* legítimos da moralidade. Um guia seguro para se andar na terra de Macunaíma.

Assim, muitas organizações se preocuparam com o discurso moral nestas últimas décadas. Cada vez mais, empresas criam códigos de ética. Contratam palestrantes que tratam desse assunto com os seus funcionários. Termos como moral, transparência, verdade e responsabilidade estão muito presentes nos discursos de Comunicadores Organizacionais (BARROS FILHO; MEUCCI, 2006). Tal investimento, nestes bens simbólicos, se converte, a médio prazo, em capital econômico.

Existe no Brasil muito pouca produção acadêmica sobre a ética nas organizações. E, ainda, há pouca literatura sobre a análise destes discursos, não tendo referências nas bases de dados do CNPq e do Scielo<sup>1</sup> de pesquisas sobre códigos de ética de organizações. Isto inviabilizou uma pesquisa bibliografia mais apurada que atendesse ao problema.

O discurso identitário das empresas que prestam serviço na área financeira, segundo as suas propagandas, nos remete a valores éticos. Basta consultar os sites do Banco Real, HSBC, Banco Safra, Bradesco, etc. Ao procurar sites de instituições financeiras se vê, logo no início de sua *home*, um discurso ético baseado na honestidade, transparência e prudência. Desafio o leitor a expor, hoje, uma lista significativa de organizações de investimento que não trate de questões éticas na sua apresentação.

No entanto, ainda são poucas as instituições que possuem um Código de Ética ou um Conselho de Ética. Pesquisamos, nos anos de 2006 e 2007, os códigos de ética dos bancos comerciais. Seleccionamos, para esta pesquisa, instituições financeiras que possuem códigos de ética disponíveis para consulta pública. Apesar da grande oferta de bancos comerciais, são

---

<sup>1</sup> Consultas realizadas entre dezembro de 2006 a abril de 2007.

muito poucos bancos públicos e privados com um código de ética acessível. Pesquisas indicam que muitas organizações preferem remeter aos departamentos de *Compliance Officer* o manejo legítimo deste discurso e a sua aplicação (BARROS FILHO; MEUCCI, 2006). Logo, tomamos como critério a disponibilidade deste código nas agências e na internet.

Para nortear o nosso trabalho colocamos o seguinte problema de pesquisa: Qual o protótipo de discurso ético dominante adotado pelas principais organizações financeiras, voltadas ao grande público (bancos comerciais), em seus códigos de ética?

Estabelecemos, de início, não só o nosso objeto, mas, também, os limites de nossa pesquisa. Assim, só nos interessa a análise do discurso ético adotado pelos códigos, e não a sua aplicação ou recepção. Se o receptor não entende o código como deveria, ou se o banco não o aplica, isto não constitui o nosso problema de pesquisa.

Especificado o problema, seguem nossas *hipóteses* iniciais:

- a) Possivelmente haverá um predomínio de discursos éticos de “fins” e “utilitário”. Estes possuem um discurso mais próximo do *ethos* capitalista como observou Max Weber (2005).
- b) O discurso dos bancos privados tende mais para “fins” (atender metas), enquanto os estatais tende ao utilitário ou a ética de máxima pelo caráter “público” da instituição.
- c) Provavelmente, haja problemas de coerência entre o “Protótipo de Discurso Ético” adotado pelo banco e algumas questões levantadas pelo código de ética.

## Método

Este trabalho é fruto de uma pesquisa de campo referente ao Código de Ética de *sete* bancos. Quatro particulares e três públicos. A escolha destes se deveu ao fato de possuírem códigos de ética disponíveis ao público nas agências e na internet. Porém, dado certos limites, *trataremos de quatro* códigos representativos do total da pesquisa: Santander<sup>2</sup>, Itaú<sup>3</sup>, Banco do Brasil<sup>4</sup>, e Caixa Econômica Federal<sup>5</sup>. O presente estudo usará a técnica de pesquisa de Análise de Discurso nos códigos, ancorado nos pressupostos de Bakhtin (1995) e Verón (1980), e autores afins. Tal postura se justifica pela singularidade do objeto e pelas hipóteses

---

<sup>2</sup> <http://www.santanderbanespa.com.br/portal/gsb/script/templates/GCMRequest.do?page=2260> (10/05/07)

<sup>3</sup> [http://www.itau.com.br/seguranca/pdf/codigo\\_etica1.pdf](http://www.itau.com.br/seguranca/pdf/codigo_etica1.pdf) (10/05/07)

<sup>4</sup> <http://www.bb.com.br/appbb/portal/ri/gov/CodEticaCont.jsp> (10/05/07)

<sup>5</sup> [downloads.caixa.gov.br/\\_arquivos/caixa/ouvidoria/CODIGO\\_DE\\_ETICA\\_DA\\_CAIXA.pdf](http://downloads.caixa.gov.br/_arquivos/caixa/ouvidoria/CODIGO_DE_ETICA_DA_CAIXA.pdf) (10/05/07)

levantadas. Além disso, é a postura teórica de análise de discurso que predomina nos estudos sobre comunicação organizacional.

Segundo Bauer e Gaskell (2002, p. 244), “Análise de Discurso é o nome dado a uma variedade de diferentes enfoques nos estudos de textos, desenvolvida a partir de diferentes tradições teóricas e diversos tratamentos em diferentes disciplinas”. Nossa perspectiva teórica diverge da postura de Saussure (1969) onde, segundo ele, a palavra é absolutizada, porque é vista como abstração social. Não possuiria sujeito, nem vínculo com a sociedade, sendo apenas uma norma socialmente estabelecida.

Posicionamos-nos teoricamente com Bakhtin (1995), valorizando a fala, a sua natureza social, translingüística e não-individual. O autor afirma que todo Discurso é ideológico, sendo produzido socialmente. De acordo com Verón,

(...) seja qual for o nível de pertinência escolhido pela leitura de um dado conjunto textual, pode-se dizer que o enfoque orientado pela noção de discurso consiste em descrever um sistema de operações discursivas. Este conceito de operações discursivas ‘atravessa’ a classificação tradicional dos níveis ‘sintáticos’, ‘semânticos’ e ‘pragmáticos’. O sistema de operações, definidor do nível de leitura da produção de um determinado feixe textual, refere-se ao que chamarei de processo de produção em exame. (VERÓN, 1980, p. 105).

Ressaltamos que um texto pode ou não ser analisado pela ótica do discurso. A noção de “discurso” está embasada no enfoque teórico de um dado conjunto significativo. Além de observarem que não há como desvincular o signo do contexto social que o produz, temos o discurso como indissociável das marcas e de seu respectivo contexto sócio-histórico de produção.

Em nossa análise usaremos um conjunto de estruturas de classificação prototípicas dos discursos éticos. A concepção prototípica que utilizaremos aqui faz referência à postura teórica nominalista da psicologia cognitiva de Eleanor Rosch, baseada na teoria dos conceitos de Wittgenstein. Mais precisamente o conceito de *semelhança de família* (OLIVEIRA, 1999, p. 121-125). O motivo de não usarmos o termo *semelhança de família* se deve a um critério estético e de praticidade. O termo *protótipo* é mais simples e se refere ao mesmo processo conceitual. Um outro conceito que poderia ser utilizado é o de “Tipo Ideal” de Weber, porém ele não nos parece, nesta situação, tão preciso.

Basicamente, os protótipos dizem respeito às idéias abstratas. E, estas, enquanto unidade conceitual, não existem, segundo Wittgenstein (1998, p. 31). O que permite a constituição de um conceito é a constatação de certas ocorrências singulares, particulares e seu agrupamento (1988, p. 39). Um conceito é constituído de uma estrutura que liga estruturas aparentadas entre si. “O que nós percebemos e chamamos de “frase” e “linguagem” não é a unidade formal que eu represento, mas uma família de estruturas mais ou menos aparentadas entre si” (WITTGENSTEIN, 1988, p. 46). Assim, nunca teremos um conceito que abranja todas as particularidades do real. Nem o real se encaixará perfeitamente em um conceito. Os discursos, contidos nos códigos de ética, serão analisados segundo a proximidade de sua estrutura lógica e discursiva com as quatro posturas éticas tratadas pela filosofia.

Sendo assim, estudaremos numa primeira parte “As categorias de discurso ético” e, numa segunda parte, a “Classificação dos códigos de ética segundo as categorias prototípicas”.

## **I. As categorias de discurso ético**

Ao definirmos moral segundo a clássica definição aristotélica, onde esta é caracterizada pela valoração de uma ação deliberada, restrita a reflexão singular do homem (ARISTÓTELES, 2001, ps. 49-54), consideramos a ética um guia abstrato para a “boa” tomada de ação. “À diferença dos problemas práticos-morais, os éticos são caracterizados por sua generalidade” (VÁZQUEZ, 1986, p. 7). Enfim, não há melhor explicação do que a de Adolfo Vázquez para melhor entendermos a finalidade dos discursos éticos adotados neste artigo:

Seria inútil recorrer à ética com a esperança de encontrar nela uma norma de ação para cada situação concreta. A ética poderá lhe dizer, em geral, o que é um comportamento pautado por normas, ou em que consiste o fim – o bom – visado pelo comportamento moral (VÁZQUES, 1986, p. 7).

Nessa citação, há duas informações de suma importância. Primeiro, a ética não trata de casos concretos, pois trabalha com sistemas lógicos-abstratos pautados por uma racionalidade. Isto significa, entre outras coisas, que ela não pode ser entendida como um Código Penal, onde se pretende que toda ação errada esteja descrita em forma de lei. Segundo, existem algumas perspectivas éticas que divergem quanto ao modo de ação. Umas são pautadas por

norma, outras por finalidades, por comportamento, etc. Há, na história da filosofia ética, quatro tipos gerais de esquemas que avaliam a ação. São eles:

### **O Protótipo “Ética de Virtudes”**

Esta categoria de classificação do discurso ético é uma das mais antigas na história do pensamento moral. O seu primeiro tratado teórico sistematizado foi realizado por Aristóteles na *Ética a Nicômacos*. Muito comum nos discursos morais das primeiras civilizações, o discurso ético baseado na aquisição e prática das qualidades morais do agente não se encontra restrito a denominada Grécia Clássica. Também a encontramos no berço da civilização hebraica (muito presente no Velho Testamento<sup>6</sup>) e nos ensinamentos morais da Igreja Católica o apelo às virtudes morais.

Nessa teoria ética, o homem não nasce dotado das formas de excelência moral, como observa Aristóteles (2001, p. 35). Logo, o agir moral não é intrínseco ao ser. É fruto de uma educação moral associada, necessariamente, à prática: “(...) *quanto às formas de excelência moral, todavia, adquirimo-las por havê-las efetivamente praticado*” (ARISTÓTELES, 2001, p. 35). Por este motivo, Aristóteles afirma que simplesmente estudar as excelências morais em si mesmas não tem grande importância (2001, p. 39). É a prática constante que constitui a virtude no indivíduo, e não o seu conhecimento teórico. As disposições (*hexis*<sup>7</sup>) morais, segundo o filósofo, precisam ser firmes e possuírem um caráter imutável.

Destarte, ser moralmente virtuoso requer a posse (*hexis*) da prática virtuosa. Ter disposição para agir com prudência, justiça, coragem, etc. Como observa Sir David Ross, são as disposições (*hexis*) a principal responsável pela formação do bom caráter na teoria aristotélica (1995, p. 2001-2003).

Apesar de ser uma corrente ética que sofre declínio, desde o início da filosofia moderna no séc. XVI, em nossos dias há alguns teóricos defensores desta perspectiva teórica como Alasdair MacIntyre (2007). No que tange ao Brasil, possuímos o Programa de Desenvolvimento de Ética das Virtudes (CEFT/PR), destinado ao ensino de ética voltado às organizações. São referências nesta área Paulo Sertek e Dalcio Reis (2002).

---

<sup>6</sup>É comum o uso sistemático de virtudes morais para qualificar o bom servo de Deus. A “obediência” e “fé” de Moisés, a “coragem” de Davi, a “sabedoria” de Salomão, etc. Assim como para Aristóteles, sabedoria e prudência eram as virtudes primordiais para homem virtuoso. “Quão melhor é adquirir a sabedoria do que o ouro! E quão mais excelente é adquirir a prudência do que a prata!” (Pv 16.16) – Usamos a referência bíblica segundo a SBB, e tradução Almeida Revisada e Atualizada.

<sup>7</sup>Termo grego que se refere à posse de determinado estado prático ou intelectual. Em latim, *habitus*.

Para categorizar um código de ética neste protótipo deve haver um apelo a qualidades pré-estabelecidas que o banco e os seus funcionários possuam, como “honestidade”, “prudência”, “justiça”, “coragem”, etc. Os funcionários da organização devem se esmerar em praticar atos moralmente virtuosos e ter *bom caráter*.

*Pontos Fortes:* Ao apelar para as virtudes morais do funcionário, a organização não necessita estabelecer um conjunto de regras gerais. Fica a cargo da formação moral do funcionário o guia de sua conduta. A organização alertar somente sobre os dilemas morais específicos da *práxis* profissional.

*Pontos Fracos:* É muito complicado avaliar a formação moral de um funcionário. Saber se ele possui (*hexis*) as virtudes morais necessárias para a sua função. Como ela dispensa uma lógica racional, é difícil avaliar uma pessoa ou julgar as suas condutas morais numa determinada ação.

### **O Protótipo “Ética de Fins”**

Essa categoria de classificação do discurso ético tem como principal fundador teórico Nicolau Maquiavel, sendo que foi a escola americana constituída por Charles Peirce, William James e John Dewey que melhor sistematizou esta modalidade ética e criou o pragmatismo (DEWEY, 1970 p. 23). O pragmatismo é o principal discurso ético que se baseia nas finalidades e conseqüências da ação.

Podemos caracterizá-lo como um pensamento ético cujo objetivo é atingir certas finalidades e avaliar as suas conseqüências. Em linhas gerais, podemos caracterizar o pensamento moral pragmático levando em consideração “*os efeitos que se pode conceber como tendo um alcance prático*” (CANTO-SPENCER, 2003b, p. 372). Traçado os objetivos a serem alcançados, a avaliação se dá na conquista desses objetivos, bem como o custo arcado pelas decisões que visaram este fim.

Não é à toa que Dewey, assim como fez Pierce e James, também se refira ao pragmatismo como “instrumentalismo” ou “experencialismo” (1970, p. 23). O pensamento moral deve levar o agente à conquista de certos objetivos ou finalidades. Eis o primeiro parâmetro fundamental para se classificar a ética “de fins”. Segundo Dewey, a moralidade e a sua valoração dependem deste esquema racional.

Em uma situação deste tipo, formulamos um objetivo que temos em vista (nossa proposição para solução) e, à luz desta, determinamos os recursos disponíveis e os obstáculos que se podem apresentar, inversamente, avaliamos o objetivo em vista deste propósito. Perguntamos se ele é acessível e vale o preço que custará para ele se produza. (DEWEY, 1970, p. 132-133).

Este protótipo ético estabelece uma estrita relação com o denominado *ethos* capitalista. Com as metas e os objetivos lucrativos traçados pela organização. Esta relação entre o pragmatismo os interesses da empresa capitalista aparecem nos próprios teóricos. Segundo Dewey, “diz-se também do pragmatismo isso que subordina o pensamento e a atividade racional aos fins particulares do interesse e do lucro” (1970 p. 25).

Uma outra forma de discurso ético baseado na finalidade da ação é o *egoísmo psicológico*. Segundo a teoria de Hobbes, o egoísmo psicológico pode adquirir um “caráter hedonista”, onde a pessoa só tem motivação para buscar o seu prazer e evitar a dor (CANTO-SPERBER, 2003a, p. 510). Neste estado moral, o que importa é tomar as decisões visando satisfazer os seus desejos mais egoístas, sem se importar tanto com os meios utilizados, ou com as conseqüências de sua ação.

Destarte, devemos procurar os sinais do discurso ético de fins, segundo tipos de discursos relacionados com qualidades como “estabelece metas”, “finalidades”, “a empresa busca certos objetivos”, etc.

*Ponto Forte:* Tal protótipo teórico possui uma forma fácil de avaliar as tomadas de decisões dos agentes. Estabelecido o objetivo, avalia-se a conquista deste e suas conseqüências. Um segundo fator é a inclinação desta postura ética frente ao modo de produção capitalista.

*Ponto Fraco:* Geralmente, uma ética baseada nos fins não possui uma boa receptividade no senso comum. Muitos vêm, nessa proposta teórica, certa “imoralidade”. Além disso, dificilmente conseguimos prever ou calcular os efeitos e conseqüências de uma ação.

### **O Protótipo “Ética Utilitária”**

O protótipo de ética utilitária se aplica a todo sistema ético que baseia a ação moral num cálculo de utilidade. O agente, antes de tomar uma decisão, deve calcular todas as variáveis verificando quais os ganhos e perdas de cada atitude. O utilitarismo é uma das

correntes éticas que melhor representa esse protótipo. Podemos classificá-lo como uma doutrina ética que “ensina que uma ação só pode ser julgada moralmente boa ou má se consideradas suas conseqüências, boas ou más, para a felicidade dos indivíduos envolvidos” (CANTO-SPENCER, 2003b, p. 737).

Jeremy Bentham (2000), primeiro teórico que sistematizou a ética utilitarista, concebe a ação moral como um cálculo de vantagens e desvantagens que tem por finalidade aumentar a felicidade do indivíduo e de sua comunidade, ou diminuir a dor desses. Ela se posiciona contra um sistema ético baseado em máximas morais. “Rejeitando a possibilidade da universalização da regra moral” (CANTO-SPENCER, 2003, p. 737). O agir moral, nesse protótipo, deve levar em questão as necessidades do agente no momento da escolha. Uma mentira pode ser má num caso, mas boa em outro.

Ela se distingue da pragmática pelo cálculo de utilidade e a preocupação de harmonizar os interesses individuais com o dos envolvidos. Busca-se o bem comum e a felicidade em detrimento dos objetivos e finalidades. “Por felicidade se entende prazer e ausência de dor” (STUART MILL, 2000, p. 187). Segundo Stuart Mill, a sanção moral se dá na subjetividade (2000, p. 218), porém as ações, em geral, podem ser avaliadas e discutidas pelos critérios de utilidade (2000, p. 231 ss.). Podemos classificá-lo pelo uso de termos como “bem comum”, “harmonia de interesses”, “cálculo racional”, “utilidade” e a sua lógica constitutiva.

*Ponto forte:* Segundo Weber, o *ethos* utilitarista se encontra intimamente ligado ao *ethos* capitalista (WEBER, 2005, p. 141 ss.). É um sistema que trabalha com interesses e que visa o lucro. Além disso, há critérios bem definidos de avaliação da conduta.

*Ponto fraco:* Assim como no pragmatismo, há uma forte resistência quanto a este tipo de discurso, que é voltado aos “interesses” e ao “prazer”. Além disso, é difícil prever as conseqüências que cada possível ação tomada pode gerar.

### **O Protótipo “Ética de Máximas”**

Das modalidades de discurso ético, a ética de máximas é a mais comum e a mais vasta na história do pensamento. Basicamente, esse tem como fundamento avaliar a ação e estipular normas através da universalização de um ato. A forma clássica deste discurso se encontra em Jesus Cristo, onde ele estipula como norma *à priori* “Amarás ao teu próximo como a ti

mesmo”(Mc 12.31), tendo como guia a celebre referência “não faça para o outro o que não querem que façam para ti”.

Apesar de ser uma modalidade muito comum, as éticas baseadas em máximas possuem vários tipos e representantes teóricos. E esses representantes nem sempre têm discursos comuns. Encontramos esse protótipo ético na igreja cristã primitiva, no protestantismo luterano, em Rousseau, Kant, Fichte, Schopenhauer, no existencialismo com Kierkegaard, no construtivismo de Piaget e, atualmente, nas discussões de Rawls e Habermas, entre outras correntes. Apesar de constituírem o mesmo mecanismo normativo e valorativo por máximas, nem sempre é possível um diálogo harmônico entre essas. Logo, não é possível um discurso homogêneo. Optaremos pela a filosofia kantiana que é a mais comum, mas advertimos que ela não representa o todo deste protótipo.

O que fundamenta a máxima moral? Eis uma primeira divergência. Enquanto, por exemplo, para Cristo, Rousseau e Schopenhauer está numa “racionalidade” afetiva, oriunda dos sentimentos, para Kant, Fichte, Piaget e Rawls está na razão. Em Rousseau lemos que é o *amor próprio* e a  *piedade*, sentimentos intrínsecos ao humano, o responsável pelo ato moral (ROUSSEAU, 2000). Enquanto que, em Kant verificamos o papel preponderante da razão. “Procede como se a máxima de tua ação devesse ser erigida, por tua vontade, em lei universal” (KANT, 1995, p. 33 ). Eis aqui a estrutura do famoso *imperativo categórico*. Ela é uma máxima objetivada, ou seja, que pode ser compartilhada por todos. Posso matar o meu inimigo? O que acontece se virar lei universal, e todos puderem matar os seus inimigos? O social e a minha vida estarão comprometidos. Logo, não se DEVE matar o meu inimigo.

A diferença entre a simples máxima (subjetiva) e o imperativo (objetiva) pode ser vista no exemplo do rico avarento dado por Kant. Ao se perguntar: tendo condições de ajudar o próximo, posso me negar a prestar ajuda? Deixá-lo a sorte? Kant responde: Certamente, no nível do imperativo categórico não há problemas, pois não poria a vida ou a sociedade em risco. Porém, no segundo movimento, quando *perguntamos se o rico gostaria de ser ajudados na necessidade*, a máxima subjetiva diz que sim. Logo, se deve prestar ajuda, quando se pode, ao necessitado (KANT, 1995). Jesus Cristo não diria diferente, “empreste e não esperes que te pague” (Lc. 6. 35). Ao se colocar no lugar do outro, não o tomando como meio para alcançarmos nossos fins, estamos sobre a égide do princípio de *dignidade humana*.

Por fim, como adverte Kant, a ação moral se caracteriza pelo DEVER e não pela *intenção* (KANT, 1995, p. 27-31). Ajudar aos pais, ou ao amigo necessitado, tem um valor moral quase inexistente. Somos movidos pela intenção de fazer o bem de quem gostamos, sem precisarmos recorrer ao dever. Porém, quando um desconhecido, ou inimigo, necessita de

nossa ajuda, temos o dever, estipulado pela máxima, de ajudar. Agimos ao contrário das nossas intenções, o que dá a ação um alto grau de moralidade. Ao negar o intencionalismo, o homem necessita da *boa vontade* de agir corretamente.

*Ponto forte:* A sua aceitação social gera confiança no discurso da organização. Tido por “politicamente correto”. Além disso, avaliam muito bem a conduta de terceiros.

*Ponto fraco:* Levado a sério, pode comprometer os interesses do banco em muitas questões. O apelo à *dignidade humana* pode contrariar determinados sistemas de exploração do empregado, ou mesmo do cliente.

## **II. Classificação dos códigos de ética segundo as categorias prototípicas**

Estabelecidos os protótipos éticos, passemos a analisar e classificar os códigos de ética segundo a sua matriz teórica correspondente.

### *Ética de Fins*

*Banco Itaú S/A* – Dentre as organizações privadas, o Itaú possui o código de ética mais bem elaborado e coerente. É bem redigido, objetivo, claro e lógico. É, sem dúvida, uma referência de código bem elaborado. Está disponível em PDF na internet e contém seis páginas. Após uma breve apresentação do presidente Roberto Setubal, onde ele descreve a importância do código de ética na imagem da empresa e pede aos funcionários que levem o Código de Ética para a cultura da organização.

A estrutura discursiva do código releva que este é voltado para o público interno do banco, os seus funcionários (p. 3). Não há o uso exagerado de adjetivos, nem faz propaganda direta da organização. De início, ele justifica o código segundo as suas finalidades. Ao se perguntar “por que um código de ética?”, a resposta é objetiva “As empresas dependem da confiança de que desfrutam na sociedade. Isso significa que necessitam preservar seus ativos” (p. 3). O código de ética tem a finalidade de garantir a confiança e credibilidade da sociedade em relação ao banco. Como ele bem coloca, “De que viveriam as organizações financeiras senão de confiabilidade?” (p. 3).

O código ressalta que é preciso levar em consideração que todas as ações e as decisões tomadas no banco produzem efeitos em todos os que se relacionam com ele. É nítido o argumento finalista de “causa e efeito”. As decisões não são boas em si, mas boas em relação

aos efeitos que produz. “De fato, práticas oportunistas deterioram o ambiente interno e desgastam a relação entre os membros da Organização. Podem por em xeque a reputação do negócio” (p. 3). O sistema de avaliação pelos efeitos está em todo o código, da primeira a última página, o que torna o código consoante.

O discurso pragmático do banco é claro, “Não são apenas os fins que interessam, mas também os meios para alcançá-lo”, “Por isso, é indispensável refletir sobre os impactos que nossas decisões geram” (p. 3). O código define ética como “ciência da moral” (p. 4) e ressalta que tanto a ética quanto a moral são “fatos sociais” (p. 4). Em concordância com Vázquez, afirmam que a ética “é um conjunto de normas que torna práticas as orientações morais” (p. 4). Tais afirmações revelam que o código foi minuciosamente elaborado em consonância com o protótipo ético que adota. Toma como valor central a objetividade, e logo caracteriza como “a solução racional dos problemas” (p. 5). Não seria outro o discurso de Peirce ou Dewey. No tocante aos conflitos de interesse, este é associado a práticas criminosas como o “assédio moral” (p. 7). Como todo aparelho ideológico, o código não aborda devidamente o conflito de interesses dos funcionários e clientes com a organização.

O único ponto dissonante do código é estabelecer “A humanidade – o respeito ao ser humano”, como valor corporativo. A ética de fins não é coerente com o postulado da “dignidade humana” exposta na ética de máximas. Ou há uma contradição lógica no texto, ou o sentido de humanidade é diferente de seu uso comum. Se possuir um novo sentido, precisaria ser cuidadosamente explicado.

*Banco Santander Banespa* – Igualmente classificável numa ética de fins. Porém, ao contrário do Itaú, não é tão bem elaborado. O Santander disponibiliza o seu código de ética em PDF, constituído de 11 páginas. O seu diferencial é a sua estrutura de caráter legislativo. O Código possui 24 *caputs*, com 65 normas específicas. Isso desconfigura o caráter generalista que um código de ética deve ter, não deixando espaço para a auto-reflexão.

A estrutura do Código revela que é voltado para o público interno. Na introdução se especifica, “O Código de Ética é dirigido a todos os funcionários do Santander Banespa” (p. 2). Acrescentamos que não há motivação visual ou discursiva para que alguém externo se empolgue para ler. O caráter finalista aparece nas entrelinhas da introdução, onde o Código “Deve ser referência, ainda, para o cumprimento dos deveres legais e para a manutenção dos relacionamentos comerciais estabelecidos na confiança dos clientes e parceiros” (p. 2). A preocupação com a imagem, confiança e funcionamento legal da organização é central. Mas se caracterizaria uma finalidade? Na introdução não fica muito claro. No *caput* quatro em

diante se configura a sua função. “4. Buscar as melhores resultados para o Santander Banespa, zelando por seus valores e reputação” (p. 3). Esta é uma meta inicial que caracteriza um dos fins do código.

Porém, uma provável contradição paira sobre este início. No *caput* dois, lemos que se deve “respeitar os interesses dos clientes”, fazendo alusão à importância de seus interesses. Porém, vimos em quatro que o funcionário deve prover os melhores resultados ao banco, o que muitas vezes pode contrariar os interesses do cliente. Seria uma tentativa utilitária de equilibrar interesses? Certamente não. A resposta a esta questão está em cinco, “Comprometer-se com os objetivos do Santander Banespa (...) com lealdade à instituição, com eficácia e otimização de recursos” (p. 3). Se os interesses do banco estão à frente, como ficam os interesses do cliente? A resposta continua em cinco, pois ao buscar os interesses do banco “(...) visamos agregar valor para clientes, funcionários e acionistas” (p. 3), satisfazendo os interesses do cliente. Cumprir os objetivos do banco, indiretamente beneficia a todos. É a mesma lógica adotada por Dewey (1970) para justificar o emprego do pragmatismo nas instituições.

O Código tem a preocupação de normatizar todo o tipo de ação do funcionário. Desde a relação desse com os seus colegas de sexo oposto, passando pelo material que utiliza, até a compra de ações do próprio banco. Um dos pontos interessantes é o “conflito de interesses” (p. 5), pois de todos os bancos pesquisados é o que mais destaque. Porém, de início, ele adverte “O funcionário deve evitar que seus interesses pessoais possam conflitar-se com os interesses do Santander Banespa” (p. 5). Há 14 normas sobre o assunto, mas todas elas não retratam conflitos essenciais.

Por fim, na página 11, há um termo de responsabilidade que o funcionário tem de assinar, onde ele se compromete a seguir o Código de Ética sob pena de ser demitido por justa causa. Assim, o código vira um contrato trabalhista.

### *Ética Utilitária*

*Caixa Econômica Federal (CEF)* – O Código de Ética da CEF é o menor dentre os bancos estudados. Ele está disponível em arquivo DOC e contém duas páginas. Apesar de seu tamanho pequeno, o seu código é profundo e abrangente. Voltado ao público interno, o banco inicia o seu discurso reproduzindo a ideologia do bem comum. “Nossa Missão: Promover a melhoria contínua da qualidade de vida da sociedade, intermediando recursos financeiros de qualquer natureza” (p. 1). Neste ponto se caracteriza o discurso utilitário que continuará tomando forma, “atuar no fomento ao desenvolvimento urbano, nos segmentos da habitação,

saneamento e infra-estrutura” (p. 1). A visão que a CEF passa ao seu funcionário é de que o banco trabalha para a sociedade. Que ele faz parte de uma organização que visa o bem de todos. O compromisso moral com a CEF é um compromisso com o desenvolvimento do Brasil (p. 2). Esta é a responsabilidade que permeia o discurso voltado para o funcionário.

O seu linguajar é claro e os seus objetivos também. Pregam o respeito ao cliente e aos colegas de serviço que compõe o banco, pautando pelos “costumes e valores sociais”. A CEF prega a honestidade nos negócios visando manter a imagem da organização e evitar que os interesses pessoais se manifestem (p. 1).

Há um discurso vago sobre os “compromissos” que se deve ter no banco e, por fim, tocam no discurso da “transparência”. Sobre esse assunto muito se publicou, e o que ressaltamos é a concepção que eles têm do conceito, vinculado ao acesso a informações sobre os negócios no banco e a transparência na adoção de critérios técnicos. O Código ressalta que o banco é um patrimônio público e deve ser cuidado como tal pelo funcionário para o bem de todos. Ele faz um estranho apelo às virtudes.

### *Ética de Virtudes*

*Banco do Brasil* – O seu código possui três páginas e está em formato HTML. Ele claramente está voltado ao público externo, pois faz constante alusão às virtudes do banco e de seus funcionários. “1.1 O Banco do Brasil e seus funcionários reconhecem a diversidade”, “1.4 Os funcionários preservam o patrimônio”, “2.1 seus funcionários são honestos e transparentes”, etc. Para esse código, que serve mais como *propaganda* do que como guia, o funcionário é detentor das virtudes morais. Há sessões dirigidas a acionistas, clientes e investidores do banco (tópicos 5, 6 e 7 do código).

No geral, ele considera os seus funcionários como a elite dos servidores públicos. O código faz apelo a certas exigências dos funcionários em possuir virtudes necessárias a função (5.4). Ao contrário da maioria dos bancos analisados o código reconhece o conflito de interesses entre clientes e funcionários e apóia vias de negociação para resolver impasses dessa natureza (p. 10). Há destaque para as entidades de classe.

Na análise do conjunto, o seu discurso é pobre e não racionaliza a ação moral.

## Considerações Finais

Segundo as hipóteses levantadas vemos, no total da pesquisa *com os quatro bancos*, que houve corroboração de “a” [*Possivelmente haverá um predomínio de discursos éticos de “fins” e “utilitário”. Estes possuem um discurso mais próximo do ethos capitalista*], onde há um predomínio do discurso de fins em relação aos demais, principalmente, em relação ao utilitário, como mostramos em nossa parcial análise exposta neste artigo. Enquanto que, na hipótese “b” [*O discurso dos bancos privados tende mais para “fins” (atender metas), enquanto os estatais tende ao utilitário ou a ética de máxima pelo caráter “público” da instituição*], os bancos privados tendem à ética de fins, e somente um dos bancos públicos adotou discurso utilitário. Não houve, até a presente análise, discursos éticos de máximas, mas foi utilizada a de virtudes entre um dos bancos públicos. Por fim, havendo algumas incoerências entre os discursos a hipótese “c” [*Provavelmente, haja problemas de coerência entre o “Protótipo de Discurso Ético” adotado pelo banco e algumas questões levantadas pelo código de ética*] foi em parte foi corroborada.

Para obtermos considerações mais precisas sobre as hipóteses “b” e “c” será necessário um estudo minucioso dos outros três bancos selecionados para a macro pesquisa a que nos dispomos.

## Referências

- ARISTÓTELES. *Ética a Nicômacos*. Trad. Mário G. Cury. Brasília: Ed. UNB, 2001.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1995.
- BARROS FILHO, Clóvis; MEUCCI, Arthur. O Valor no Comunicador Organizacional. *Conexão – Cultura e Comunicação*. Caxias do Sul, v. 5, n.9, p. 151-175, jan./jul. 2006
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). *Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som*. Petrópolis: Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- BENTHAM, Jeremy. *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. London: Batoche Books, 2000.
- CANTO-SPERBER, Monique (Org.) *Dicionário de Ética e Filosofia Moral – Vol. 1*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2003<sup>a</sup>.
- \_\_\_\_\_. *Dicionário de Ética e Filosofia Moral – Vol. 2*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2003b.
- DEWEY, John. *The Development of American Pragmatism*. New York: New American Library, 1970.
- JAMES, William. *Pragmatism*. Indianapolis: Hackett Publishing, 1980.
- KANT, I. *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*. Lisboa: Ed. 70, 1995.
- MACINTYRE, Alasdair. *After Virtue*. Indianapolis: Notre Dame Press, 2007.
- MAQUIAVEL, Nicolau. *O Príncipe*. Trad. Lívio Xavier. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- OLIVEIRA, Marcos B. *Da Ciência Cognitiva à Dialética*. São Paulo: Discurso Editorial, 1999.
- ROSS, Sir. David. *Aristotle*. London: Routledge, 1995.
- ROUSSEAU, J.J. *Discurso sobre a origem da desigualdade entre os homens*. São Paulo: Nova Cultural, 2000.
- SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de Lingüística*. São Paulo: Cultrix, 1969.
- SERTEK, Paulo; REIS, Dalcio. Gestão de mudanças e comportamento ético nas organizações. *Revista Inteligência Empresarial*, n.12, julho de 2002, ps. 39-47.
- STUART MILL, John. *Utilitarismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- VÁZQUEZ, Adolfo. *Ética*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1986.
- VERÓN, Eliseo. *A Produção de Sentido*. São Paulo: Cultrix, 1980.
- WEBER, Max. *A Ética Protestante e o “Espírito” do Capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- WITTGENSTEIN, L., *Philosophical Investigations*. Oxford: Basil Blackwell, 1988.