

ATTITUDES ÉTICAS DOS CONTADORES. EVIDÊNCIAS RECENTES DE UMA PESQUISA COM ALUNOS E PROFISSIONAIS CONTÁBEIS SOB A PERSPECTIVA DE GÊNERO

ETHICAL ATTITUDE OF ACCOUNTANTS: RECENT EVIDENCE FROM A SURVEY WITH STUDENTS AND ACCOUNTING PROFESSIONALS UNDER GENDER PERSPECTIVE

TATIANE ANTONOVZ

Professora Titular da Faculdade Estácio Radial de Curitiba
Mestrado em Contabilidade pela Universidade Federal do Paraná.
Curitiba, PR - Brasil
E-mail: tatiane152@ufpr.br

MÁRCIA MARIA DOS SANTOS BORTOLOCCI ESPEJO

Professora da Universidade Federal do Paraná, UFPR
Doutorado em Controladoria e Contabilidade pela Universidade de São Paulo
Curitiba, PR - Brasil
E-mail: marciabortolucci@ufpr.br

PEDRO JOSÉ STEINER NETO

Professor da Universidade Federal do Paraná, UFPR
Doutorado em Administração pela Universidade de São Paulo
Curitiba, PR - Brasil
E-mail: pedrosteiner@ufpr.br

SIMONE BERNARDES VOESE

Professora da Universidade Federal do Paraná, UFPR
Doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina
Curitiba, PR - Brasil
E-mail: simone.voese@ufpr.br

RESUMO

Escândalos envolvendo contadores e, conseqüentemente, a ética contábil, como os das empresas Enron, WorldCom, Quest, entre outras, têm destacado o papel da ética junto aos profissionais contábeis. Nestes episódios, as mulheres, em especial, tiveram um papel decisivo, pois Sherron Watkins e Cynthia Cooper foram as responsáveis por deflagrar os processos que culminaram com a falência da Enron e da WorldCom. A amostra utilizada é composta de 234 profissionais da área e 478 estudantes de Contabilidade de duas instituições de ensino superior do Paraná. O tópico abordado torna-se relevante, pois o papel das mulheres vem crescendo na sociedade como um todo. Estas, apesar de terem seus direitos reconhecidos tardiamente nas sociedades mais evoluídas, desempenham uma função cada vez mais relevante na sociedade atual. Foi possível inferir que as mulheres mostraram uma menor aceitabilidade para certos comportamentos do que os homens. Foram encontradas diferenças estatisticamente significantes em 9 (nove) das 25 (vinte e cinco) questões apresentadas.

Palavras-chave: Ética; Contabilidade; Gênero

ABSTRACT

Scandals involving accountants and consequently the ethical accounting, as Enron, WorldCom, Quest and others have emphasized the role of ethics for professionals with accounting. In these episodes, women, in particular, played a decisive role, since Cynthia Cooper and Sherron Watkins were the "whistle blowers" that culminated with the bankruptcy of Enron and WorldCom. The sample consists of 234 accounting professionals and 478 accounting students from two institutions of higher education in the State of Paraná, Brazil. The topic addressed is relevant because the growing role of women in society as a whole. Despite of having their rights recognized belatedly in more developed societies, they play an increasingly important role in society today. It was possible to infer that women showed less acceptance for certain behaviors than men. Statistically significant differences were found in 9 (nine) out of 25 (twenty five) questions presented.

Key-words: Ethics; Accounting; Gender.

Enviado em: 24/06/2010- Aceito em: 05/09/2010- 2ª Revisão: 30/09/2010.

1 INTRODUÇÃO

O processo de globalização que, ao mesmo tempo, facilita as relações entre países, tornando-as mais dinâmicas e menos burocráticas, e que alavanca a concorrência gera também um debate acerca dos princípios morais. Assim, a concorrência, que acaba sendo cada vez mais acirrada, impulsiona a tomada de decisões que nem sempre respeitam os princípios éticos.

Os mais recentes escândalos já citados em trabalhos anteriores, como os casos da Enron, da WorldCom e da, Quest, têm destacado o papel da ética junto aos profissionais contábeis, pois o trabalho destes têm sido aparentemente decisivo nos processos que culminam em prisões, falências, processos entre outros (ABDOLMOHAMMADI, READ e SCARBROUGH, 2003; ALVES, 2005; HOWARD, IBRAHIM e ANGELIDIS, 2006 ; EMERSON, STANLEY e CONROY, 2007; ALVES, LISBOA, WEFORT e ANTUNES, 2007). Conroy e Emerson (2004) destacam que nestes episódios as mulheres, em especial, tiveram um papel decisivo, pois Sherron Watkins e Cynthia Cooper foram as responsáveis por deflagrar os processos que culminaram com a falência da Enron e WorldCom, respectivamente.

Após esses escândalos a preocupação com os princípios éticos aumentou e para isso, entre outras medidas, foi criada a Lei *Sarbanes-Oxley* (2002), que exige que seja cumprido um Código de Ética pelos principais executivos das entidades. Apesar de não ser obrigatória no Brasil, ela é essencial quando diz respeito à Bolsa de Valores Norte- Americana, por exemplo, que passou a exigir o cumprimento dos requisitos deste Código para empresas que têm ali suas ações negociadas.

Desta forma, abordando a ética e suas nuances, tanto culturais quanto inerentes a cada indivíduo, especialmente àquelas que estão relacionadas ao gênero destes, e que assim também norteiam o comportamento e sua formação, a questão orientativa deste estudo empírico é: Qual a percepção ética dos contadores, mapeada por evidências de profissionais e estudantes de contabilidade sob a perspectiva de gênero? Sendo assim, o objetivo principal deste estudo é explicitar mediante um estudo empírico como é a conduta destes dois grupos seccionados pelo gênero quando confrontados com situações que envolvem desde atitudes não legais e ilegais. Os objetivos específicos serão isoladamente, verificar a percepção de ética individualmente dos indivíduos do gênero masculino e feminino ressaltando-se os aspectos relativos aos questionamentos apresentados na pesquisa (Apêndice 1).

O tópico abordado torna-se relevante pois o papel das mulheres vem crescendo na sociedade como um todo. Chauí (2000) relata que em duas das maiores potências mundiais, Inglaterra e França, as mulheres só alcançaram plena cidadania em 1946, após a Segunda Guerra Mundial. Porém, com a evolução das sociedades, conforme relatam Hoffman e Leone (2004) de 1981 a 2002 a proporção de domicílios que possuíam mulheres que trabalhavam passou de 35 para 46,9%, um aumento de 11,9 pontos percentuais em 21 anos.

Também procura-se denotar a importância crescente da mulher no mercado do trabalho com o aumento que esta força teve após a década de 1970, e apesar de representarem um grande potencial em relação aos homens, elas ainda recebiam segundo Giuberti e Menzes-Filho (2005) pouco mais da metade do salário destes,

porém com tendências crescentes de paridade salarial, o que mostra a relevância do papel das mulheres no mercado de trabalho como um todo.

A estrutura da pesquisa será dividida da seguinte forma: a revisão da literatura contém os conceitos gerais de ética e moral bem como as teorias envolvendo o gênero com destaque para Lawrence Kohlberg (1981) e Carol Gilligan (1982) e, por fim, são apresentados os aspectos culturais que influenciam na percepção ética dos indivíduos. No tópico três são apresentados o *design* da pesquisa de campo, a tipologia da pesquisa, bem como a definição da população e amostra e o tratamento estatístico dos dados. No quarto tópico são evidenciados os resultados e, por fim, as conclusões do estudo.

2 REVISÃO DA LITERATURA

A seguir serão abordados os conceitos inerentes a ética e a moral, bem como aqueles que influenciam os indivíduos no processo de tomada de decisão ética, como o gênero respaldado pelos estudos de Lawrence Kohlberg (1981) e Carol Gilligan (1982) além dos aspectos culturais que também têm papel de destaque neste processo.

2.1 CONCEITOS GERAIS DE ÉTICA E MORAL

A ética pode ser considerada uma filosofia, e de acordo com Lisboa (1996, p.23), “[...] pode se definir o termo ético como sendo um ramo da filosofia que lida com o que é moralmente bom ou mau, certo ou errado.” Ainda segundo este autor, a ética pode ter um caráter pessoal, que diz respeito aos princípios de conduta em geral, e a ética profissional, que é aquela que regula determinado grupo de profissionais. Essa filosofia pode ainda ser caracterizada, conforme Matos (2008), como o fundamento da sociedade, não havendo a possibilidade de vida sem que sejam observados os princípios éticos que compreendem a justiça, a liberdade e a solidariedade.

Formada por um conjunto de preceitos básicos, a ética em si é considerada ainda segundo Lisboa (1996) como a expressão do pensamento correto, o que acaba gerando a idéia de que certas formas de ação são previsíveis. Sendo assim, ainda de acordo este autor, existem cinco fontes de regras éticas, especificadas no QUADRO 1

Quadro 1 - Fontes da Ética

Origem ética	Fontes
Natureza Humana	Caráter íntegro e correto do homem
Normas de caráter diverso	Inerentes aos agentes envolvidos, por exemplo, <u>ética nos negócios, nas profissões</u>
Consequências da busca refletidas dos princípios do comportamento humano	Cada significado do comportamento ético torna-se objeto de reflexão pela sociedade
Legislação de cada país	Costumes intrínsecos a legislação de cada país
Costumes	Desenvolvidos na parte irracional e que são acessíveis aos apelos da razão

Fonte: Adaptado de Lisboa (1996).

Logo, a natureza humana que é considerada a primeira das origens da ética é aquela que emana do caráter íntegro e correto individual; já a segunda é aquela que provém do ambiente em que estão inseridos os indivíduos, ou seja, são as normas a serem seguidas por um determinado grupo, por exemplo, o Código de Ética do Profissional Contábil. A terceira norma diz respeito à reflexão sobre determinados comportamentos humanos, seguida pela quarta que observa estes costumes em função da cultura do país, e por fim os próprios costumes que por muitas vezes são caracterizados por uma parte irracional do conhecimento humano.

O caráter pessoal de ética que é o que cada indivíduo acredita e aceita como correto é afetado por diversas variáveis, que vão desde o meio, as próprias crenças e costumes que permeiam a vida deste, além das pressões que são exercidas pelo ambiente, pois o que parece ético para determinado indivíduo submetido a um tipo de pressão pode não parecer tão correto sob a ótica de outra pessoa.

Estudos nesta área têm demonstrado que certas características individuais ou coletivas servem como uma boa predição de atitudes éticas. A literatura de ética de negócios tem demonstrado que o gênero e a idade, e em um menor grau, raça (EMERSON *et al.*, 2007), além de questões culturais (Matos, 2008) desempenham diferentes papéis em prever atitudes éticas individuais. Desta forma, a seguir serão abordados conceitos relativos a estas características.

2.2 GÊNERO

O arcabouço teórico da presente pesquisa está fundamentada no estudo de Carol Gilligan (1982) que levantou a hipótese das mulheres terem um comportamento mais ético do que os homens, contrapondo os estudos de Piaget (1932) e Kohlberg (1981) (BIAGGIO, 1997).

Segundo a autora, o início dos estudos mais complexos acerca da moral e da ética e suas diferenças em relação ao gênero foram os iniciados por Piaget (1932) que não aprofundou suas conclusões, porém deu início a várias novas teorias acerca do gênero e o processo de tomada de decisão ética.

Após o início dos estudos sobre o gênero, conforme Aranha e Martins (1993) Lawrence Kohlberg (1927 - 1987), aluno e seguidor de Piaget (1932), tratou e aperfeiçoou suas teorias. Iniciando seus estudos em 1958, com a defesa de sua tese, o autor desenvolveu pesquisas com crianças sobre o desenvolvimento moral, confirmando a teoria piagetiana de que este é iniciado nos primeiros anos de vida. Biaggio (1999) cita que o modelo desenvolvido por Kohlberg (1981) sofreu algumas críticas, inicialmente, e mais incisivamente por Carol Gilligan (1982).

Para Duizend e Mccann (1998), a teoria descrita por Gilligan (1982) relata que as pesquisas conduzidas por Kohlberg (1981) para criar um modelo baseado no gênero não possuíam as considerações adequadas. Por exemplo, o número de meninas submetidas ao experimento era muito inferior ao de meninos, o que, segundo a autora,

acabou por prejudicar a análise do julgamento moral por parte das mulheres.

Assim a hipótese levantada por Gilligan (1982) de que mulheres seriam mais éticas que os homens, é destaque em diversas pesquisas que relatam que o gênero dos respondentes é um dos indicadores que aparentemente tem destacada influência sobre a percepção ética dos indivíduos (BIAGGIO, 1999).

Porém, Loe, Ferrell e Mansfield (2000) concluíram que, apesar da relevância do número de estudos relacionados ao gênero dos respondentes (vinte e seis artigos na área de negócios), não foram encontradas nem diferenças significativas no entendimento ético e moral de homens e mulheres, quanto menos uma tendência de que o sexo feminino seria mais ético que o masculino. Abdolmohammadi *et al.* (2003) realizaram um estudo empírico com cinco empresas de auditoria localizadas também nos EUA, baseados nas respostas de noventa questionários válidos. Este estudo investigava e confrontava atitudes de homens e mulheres quando apresentados a questões éticas, porém, suas conclusões não encontraram diferenças significativas nas atitudes destes dois grupos.

Por sua vez, Adkins e Radtke (2004) desenvolveram um estudo com estudantes e o corpo docente de Universidades dos EUA e, com relação ao gênero, foram encontradas diferenças na percepção ética dos indivíduos. Emerson *et al.* (2007), em um estudo realizado nos Estados Unidos, também obtiveram resultados significativamente diferentes no que diz respeito às respostas de homens e mulheres acerca de certos comportamentos envolvendo questões éticas. Os indivíduos do sexo masculino acharam certas situações apresentadas na pesquisa mais aceitáveis do que as mulheres.

A seguir serão abordados as teorias de Kohlberg (1981) e Gilligan, pois estes autores tiveram seus achados explorados por diversos estudos na área da ética (BIAGGIO, 1997; ABDOLMOHAMMADI *et al.*, 2003; ADKINS e RADTKE, 2004; EMERSON *et al.*, 2007).

2.2.1 LAWRENCE KOHLBERG

Em seu trabalho, Kohlberg (1981) evidenciou que a maturidade moral, quando atingida, acontece apenas nos adultos, aproximadamente dez anos após a adolescência (Aranha e Martins, 1993). Uma das pesquisas de Kohlberg (1981), aplicada em um grupo de setenta e cinco meninos e rapazes de Chicago, que no início tinham de dez a dezesseis anos, evoluiu por quinze anos, com entrevistas de três em três anos (ARANHA e MARTINS, 1993).

O pesquisador, então, reformula os estágios piagetianos, desenvolvendo estudos que foram realizados envolvendo dilemas morais que culminaram em um modelo composto de três níveis e seis estágios do desenvolvimento moral, conforme o QUADRO 2.

Nível I - Pré convencional - Crianças de 2 a aproximadamente 6 anos	
Motivações por antecipação de dor ou prazer	Estágio 1
	A orientação moral é voltada à punição e a obediência, se justifica pela tentativa de evitar o castigo bem como o poder superior que as autoridades têm sobre o indivíduo. Possui somente uma perspectiva, a da autoridade.
	Estágio 2
	Orientação moral calculista e instrumental; hedonismo e pragmatismo. Os julgamentos são justificados para servir as necessidades e interesses próprios e a perspectiva moral distingue as perspectivas, faz as suas coordenações e as hierarquiza de acordo com o ponto de vista do indivíduo.
Nível II - Convencional - Idade Escolar	
Aceitação das regras e normas por certos grupos	Estágio 3
	Conhecido como o estágio da moralidade do bom garoto, da aprovação social e das relações pessoais. Neste estágio o indivíduo precisa corresponder às expectativas alheias. Baseia-se no princípio de que se deve fazer aos outros o que você gostaria que lhe fizessem. Cria-se a expectativa do indivíduo com relação aos outros.
	Estágio 4
	Orientação para a lei e a ordem, as autoridades mantêm a moralidade. Tem como justificativa a manutenção do funcionamento das instituições como um todo. O indivíduo se questiona o que acontecerá com a sociedade se todos fizerem o mesmo.
Nível III - Pós-convencional - adolescência	
Princípios Éticos	Estágio 5
	Orientação voltada para o contrato social, o relativismo da lei e para o bem maior de mais indivíduos. As leis não são mais válidas somente por serem leis. Inicia-se o pensamento de que certos costumes podem ser injustos e poderiam ser mudados.
	Estágio 6
	Baseado nos princípios universais de consciência pode ser considerado o nível mais alto. Há o reconhecimento dos princípios morais universais da consciência individual e age de acordo com eles. O indivíduo como um ser racional, percebe a validade de certos princípios e se compromete com eles, porém se algumas leis forem consideradas injustas por qualquer motivo, estes indivíduos resistem a elas.

Quadro 2 - Níveis E Estágios De Desenvolvimento Moral De Kohlberg (1981)

FONTE: Adaptado de ARANHA e MARTINS (1993, p. 294) e BIAGGIO (1997, p.2).

O nível I é motivado por dor ou prazer, ou seja, se houver a punição física de determinada ação, ela é considerada errada. Caso contrário, é moralmente correta, ou seja, quando uma criança faz algo aparentemente errado e existe a punição

física, ela considera aquilo como errado. Quando nada é feito, passa a ser aceito como certo (BIAGGIO, 1997).

Aranha e Martins (1993) explicitam que no nível II, não existe mais essa confusão; começam a existir as noções de normas sociais vigentes. Neste nível, os indivíduos procuram viver de acordo com as normas estabelecidas ou aquilo que é aceito pela maioria. Na fase III, o indivíduo se relaciona e está de acordo com normas e padrões sociais vigentes. Existe a vinculação com princípios éticos universais como o direito à vida, por exemplo. As normas servem para que os princípios sejam respeitados, caso isso não aconteça, as leis poderão ser transformadas ou até mesmo desobedecidas (BIAGGIO, 1997).

Para Aranha e Martins (1993) Kohlberg (1981) verificou que poucos indivíduos atingem o nível pós convencional, o que faz com que seja necessária a reflexão sobre as condições sócio-econômicas que excluem grande parte da população das escolas. Dessa forma, se estes indivíduos continuarem excluídos do sistema é provável que dificilmente atinjam os níveis desejáveis de pensamento formal.

1.1.3 CAROL GILLIGAN

Lima (2004) cita que Gilligan demonstra em seu livro *In a Different Voice* (1982) sua exaustiva preocupação com a vez e a voz das mulheres, pois estas eram subordinadas ao auto-sacrifício e não eram ouvidas nem respeitadas. Para Gilligan (1982) a ênfase à “voz diferente” das mulheres refere-se ao cuidado destas com o próximo, diferentemente do senso dos homens, mais voltado à competição.

Duizend e Mccann (1998) relatam que Gilligan (1982) ainda afirmou que a forma como as mulheres encaravam a moral não era inferior, apenas diferente da dos homens. Adicionalmente, conforme Abdolmohammadi, Read e Scarbrough (2003), Gilligan (1982) considerava que as mulheres apresentavam um senso de justiça mais aguçado do que os homens.

Lima (2004) ressalta que, para Gilligan (1982), as mulheres possuem sensibilidade para as necessidades do próximo, sendo que, por se sentirem responsáveis pela vida dos outros, elas acabam incluindo e aceitando pontos de vista de outras pessoas no que diz respeito a seus julgamentos. Este fato levou as mulheres a serem delineadas como fracas moralmente. Porém, a ética das mulheres estaria justamente nestes fatos que eram utilizados para criticá-las.

Além dos estudos que relacionam o gênero como fator preditivo determinante para o processo de tomada de decisão ética, os aspectos culturais também possuem destaque na literatura. Os traços culturais são determinantes na definição dos aspectos éticos, tanto os que ditam códigos de ética profissionais quanto os que definem as regras e comportamentos que devem ser seguidos em determinada empresa. Para Souza; Pereira e Maffei (2004) citando Daft (2002), cultura é o conjunto de valores, crenças orientadoras, conhecimentos e modos de pensar compartilhados pelos membros de uma organização e transmitidos aos novos membros como adequado

2.3 ASPECTOS CULTURAIS

Traços culturais são determinantes na definição dos aspectos éticos tanto os que ditam códigos de ética profissionais quanto os que definem as regras e comportamentos que devem ser seguidos em determinada empresa. Para Daft (2002) conforme relatam Souza *et al.* (2004), cultura é o conjunto de valores, crenças orientadoras, conhecimentos e modos de pensar compartilhados pelos membros de uma organização e transmitidos aos novos membros como adequados. Ainda segundo Souza *et al.* (2004, p.92):

Existem determinados traços culturais que conforme destaca Matos (2008) tem exigido substancial revisão para preservar a ética e a imagem constitucional. Entre eles, na cultura brasileira destaca-se o paternalismo nas organizações, afirmação essa que é salientada por Machado (2005) como um aspecto importante ligado à elevada distância de poder existente na sociedade brasileira. No quadro 2 pode-se observar alguns traços culturais e suas características inerentes.

QUADRO 3 -Traços Culturais

Traços Culturais	Características
Autoritarismo	Significa a concentração do poder, dominação
Paternalismo	Reflete a corrupção do poder, privilégios
Individualismo	Compreende competição predatória, egoísmo, falta de visão
Consumismo	Expressão de possessividade, canibalismo social

FONTE: Adaptado de Matos (2008)

Dessa forma, cultura é um fator que deve ser levado em conta no que diz respeito ao que é ético ou não, pois cada país possui seu arcabouço cultural que influencia de forma direta e indireta os parâmetros éticos daquela nação, sendo que certas situações podem ser aceitas em determinados países e já em outros totalmente repudiadas. Estes aspectos devem considerados no que diz respeito ao que é executado e respeitado dentro de cada organização, pois com a globalização atitudes éticas ultrapassam as barreiras culturais de cada país.

Como os brasileiros, em específico, encaram os conceitos da ética pode ser delineado de acordo com Srour (1994), que afirma que enquanto nos Estados Unidos a preocupação com a ética tem sido cada vez mais crescente, para a maioria dos empresários brasileiros, ética e legalidade se confundem, sendo que a ética torna-se então um mero sinônimo de respeito à lei; assim o que muitos consideraram ser ético é o fato de não serem pegos e presos.

3 DESIGN DA PESQUISA DE CAMPO

A seguir, serão descritos a tipologia da pesquisa, como foi definida a população e a amostra escolhida.

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

Segundo Cooper e Schindler (2003) esta pesquisa pode ser classificada como formal e descritiva, pois tem como objetivo de seu planejamento testar ou responder a uma questão de pesquisa, bem como apontar detalhes de uma determinada situação.

Além disso, este estudo é transversal, ou seja, foi realizado em um determinado período de tempo, e tem os seus resultados atribuídos unicamente a ele. Também é classificado como em ambiente de campo, no qual populações pré-definidas foram investigadas por meio de questionários presenciais e disponibilizados em *web sites*.

3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO

A população, cuja amostra retirada era composta por estudantes de Ciências Contábeis de duas instituições de nível superior, uma pública e uma privada, escolhidas pela conveniência dos pesquisadores a elas, e também aos profissionais contábeis que responderam os questionários tanto em aulas de pós-graduação quanto por meio do *link* disponibilizado em sites de acesso dos profissionais da área (Conselho Regional de Contabilidade do Paraná - CRCPR, Federação dos Contabilistas do Paraná - FECOPAR).

Aos alunos, tanto os da graduação, que foram considerados como estudantes e aos da pós-graduação, que foram considerados profissionais da área (somente contadores) foi aplicado presencialmente o questionário adaptado de Emerson *et al.* (2007), e aos profissionais foi disponibilizado um *link*, com o mesmo questionário, na página oficial do CRCPR e da FECOPAR e que puderam ser respondidos *on line*.

O questionário (Apêndice 1) que foi utilizado é uma adaptação de uma pesquisa já publicada nos Estados Unidos, especificamente na *Baylor University* situada em Waco, Texas. Este questionário é composto de 25 questões que incluem perguntas voltadas à contabilidade, marketing e ética ambiental além de discriminação sexual, igualdade de oportunidades, suborno e códigos de conduta (EMERSON *et al.*, 2007).

As questões foram traduzidas a técnica denominada *back translation* (PRIETO, 1992), em que em que uma pessoa bilíngue realizam a tradução do idioma inglês para o português, respeitando os devidos ajustes à realidade brasileira. Após esta primeira tradução, outra pessoa, também bilíngue e distinta das primeira, realizou a tradução do questionário do português novamente para o inglês, possibilitando a comparação da segunda tradução com a ferramenta original. As pessoas que fizeram a tradução tanto do original para o português, quanto do português para o inglês, moraram no exterior e dominam a língua e a área do estudo.

Seguindo o modelo de Emerson *et al.* (2007), os respondentes foram perguntados

para escolher nessas 25 questões, as respostas que mais estavam de acordo com sua opinião, utilizando uma escala do tipo *Likert*, composta de 7 pontos, onde existia uma variação de 1 para nunca aceitável e 7 para sempre aceitável. Também foi aplicado um questionário que proverá informações demográficas, relacionadas à idade e gênero e que fornecerão informações adicionais sobre os respondentes.

3.3 TRATAMENTO ESTATÍSTICO DOS DADOS

Após a coleta e a devida codificação das variáveis questionadas, foi utilizado para a análise estatística das questões o software de análise de dados SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), versão 13.0. Foi utilizada, inicialmente, a estatística descritiva para caracterizar a amostra.

Para Malhotra (2001), a análise descritiva tem como objetivo a descrição de algo; assim, foi a primeira técnica utilizada com o intuito de descrever a população total e os grupos de homens e mulheres isoladamente para evidenciar as características de cada grupo investigado. Também foram utilizadas técnicas como Qui-quadrado e Teste t, que mediante o teste de Levene verifica, segundo Maroco (2007), a homogeneidade das variâncias de todas as variáveis envolvidas no processo e a significância estatística da diferença entre as médias de 2 grupos.

4 RESULTADOS

A seguir, serão apresentados os resultados obtidos mediante a interpretação e análise dos questionários válidos, aplicados e respondidos pelos alunos e profissionais de contabilidade, segmentados pelo gênero. Inicialmente, será feita a caracterização da amostra, bem como a apresentação dos modelos estatísticos utilizados nas análises e conclusões da presente pesquisa.

Foram obtidos um total de 712 questionários válidos. Especificamente quando são evidenciados os grupos de alunos e profissionais, verifica-se conforme a TABELA 1 que 234 indivíduos correspondem aos profissionais, ou seja, 33% da amostra, e 478 questionários válidos são relativos aos dos alunos, o que representa 67% do total de respondentes.

Foram excluídos da amostra 75 indivíduos que não indicaram o gênero corretamente. Dos indivíduos entrevistados, e que preencheram a opção do gênero corretamente, 340 eram homens e 297 mulheres, ou seja, 48% e 42% respectivamente, denotando certo equilíbrio na amostra total.

TABELA 1 - Estatística Descritiva das Amostras - Geral

Variáveis Independentes	Amostra Geral	% Geral
Número (percentual) de profissionais	234	33%
Número (percentual) de alunos	478	67%
Número (percentual) homens	340	48%
Número (percentual) mulheres	297	42%
Número (percentual) <= 20 anos de idade	103	14%
Número (percentual) 21-30 anos de idade	367	52%
Número (percentual) 31-40 anos de idade	132	19%
Número (percentual) 41-50 anos de idade	45	6%
Número (percentual) 51-60 anos de idade	22	3%
Número (percentual) > 60 anos de idade	7	1%
Não indicaram idade **	36	5%
Número total de questionários	712	100%

FONTE: Os autores (2010).

Especificamente com relação às faixas etárias da amostra distribuída por gênero, foi possível observar, TABELA 2, que a maior concentração de indivíduos está na faixa etária dos 21 aos 30 anos, 58% para as mulheres e 50% para os homens. Pelo fato da variável idade ser intervalar, e apresentar no estudo, uma amplitude grande, optou-se, para a redução da amplitude dos dados, em se utilizar faixas de dez em dez anos. Tais amplitudes de faixas são as mesmas utilizadas por órgãos oficiais como o IBGE, por exemplo.

Tabela 2 - Distribuição da Idade por Gênero

Faixa etária	Mulheres		Homens	
Número (percentual) <= 20 anos de idade	55	19%	47	14%
Número (percentual) 21-30 anos de idade	172	58%	170	50%
Número (percentual) 31-40 anos de idade	55	19%	71	21%
Número (percentual) 41-50 anos de idade	9	3%	28	8%
Número (percentual) 51-60 anos de idade	4	1%	16	5%
Número (percentual) > 60 anos de idade	0	0%	6	2%
Não identificaram a idade	2	1%	2	1%
Total	297	100%	340	100%

FONTE: Os autores (2010).

Com a utilização do teste do Qui-quadrado, que segundo Maroco (2007) serve para testar se duas ou mais amostras independentes diferem em determinada característica, foram comparados os dados mediante a comparação das informações de homens e mulheres *versus* a categoria.

Os dados obtidos em tal teste estão dispostos conforme a TABELA 3, a análise de tal tabela permitiu observar um valor *p* menor que 0,05, o que evidencia a diferença entre os grupos. Assim conclui-se que o grupo dos estudantes é estatisticamente diferente do dos profissionais, uma vez que o primeiro possui uma homogeneidade na distribuição de mulheres e homens, 50,44% e 49,56% respectivamente.

TABELA 3 - Teste Qui - Quadrado - Gênero *Versus* Categoria

Categoria	Gênero		Total
	Feminino	Masculino	
Estudantes	227	223	450
	50,44%	49,56%	100%
Profissionais	70	117	187
	37,43%	62,57%	100%

FONTE: A autora (2010).
Diferença entre os grupos *p < 0,05

O grupo de profissionais é formado, em sua maioria por homens, 62,57% contra 37,43% das mulheres. Contudo, cabe observar que como há um equilíbrio entre homens e mulheres nos bancos escolares. No que diz respeito ao mercado de trabalho, que ainda apresenta certa disparidade entre os dois grupos, no futuro existe uma tendência de diminuição desta diferença. A evidenciação das proporções dos gêneros torna-se necessária, uma vez que o foco do presente estudo está amparado na teoria da diferenciação da percepção ética entre homens e mulheres. Posteriormente com a utilização do Test t foi feita a comparação entre as médias de todas as questões comparando-se os dois grupos estudados para verificação de possíveis diferenças estatisticamente significantes entre si, demonstradas, conforme a TABELA 3.

Tabela 4 - Médias Categorizadas Por Gênero

Grupo		Questões				
		A Pagamento de Imposto	B Excedeu limite legal de poluição	C Recomendou ações	D Reportar metade do lucro	E Suborno
Femo	Média	2,22	1,44**	1,79	2,28	2,84
Masc		2,06	1,68	1,83	2,14	2,79
Grupo		F Empregar funcionário para ter segredo	G Fechou contrato sem licitação	H Suborno para comprar agentes	I Compra de ações privilegiadamente	J Promoção de um amigo
Femo	Média	3,01**	2,52	2,49	3,07	2,27
Masc		3,33	2,38	2,53	2,78	2,79
Grupo		K Relatórios financeiros mascarados	L Detalhe obsoleto	M Contrata homem para cargo chefia	N Produto Novo e Melhorado	O Emprega Consultor para revelar segredo
Femo	Média	2,40**	1,60	1,63**	2,46**	1,70
Masc		3,21	1,71	2,54	2,85	1,82
Grupo		P Compra de software pirata	Q Voltar odômetro	R Não atualizar emissor fumaça	S Editor tira fora nome jornal	T Doação de computadores obsoletos
Femo	Média	3,22	1,51	2,39**	2,08	4,95
Masc		3,04	1,71	2,83	2,08	5,01
Grupo		U Abertura para ser subornado	V Presente para gerente compras	W Fundo sem imposto	X Corte de custos	Y Fábrica que produz barulho
Homens	Média	2,08	2,10**	2,62	1,32	1,96**
Mulheres		2,22	2,41	2,98	1,47	2,23

FONTE: Os autores (2010).
**Diferença significativa em nível de alfa = 0,05

As alternativas com diferença significativa são: “B” - excesso do limite de poluição - “F” - empregar funcionário para ter segredo - “K” - relatórios financeiros mascarados - “M” - contrata homem para cargo chefia - “N” - produto Novo e Melhorado - “R” - não atualizar emissor fumaça - “V” - presente para gerente compras - “Y” - fábrica que produz barulho - possuíam diferença significativa na opinião de homens e mulheres.

Assim, das 25 (vinte e cinco) alternativas apresentadas, 9 (nove) delas possuíam diferenças estatisticamente significantes entre si (valor p na última linha menor que o nível de significância), o que denota a diferença ética na percepção de homens e mulheres. Em todas as alternativas que possuem diferenças entre si, as mulheres demonstraram uma menor aceitabilidade aos fatores do que os homens.

Uma das questões que teve a menor média por parte das mulheres é a questão M, que justamente as discrimina para uma vaga de emprego, pois na iminência de que seja contratada uma mulher, o executivo de uma empresa prefere contratar um homem pois os empregados poderiam ficar ressentidos pelo comando feminino. Tal situação além de ilegal demonstraria a confirmação da prática do paternalismo e o machismo ainda existentes e por vezes aceitos na cultura brasileira, onde ainda existem homens que não encaram com bons olhos serem chefiados por mulheres.

Ainda no que diz respeito à observação da manifestação de fortes atitudes éticas orientadas pelo gênero a questão “K” - Um *controller* seleciona um método de emissão de relatórios financeiros, amparado por Lei, porém que “mascara” alguns fatos que não devem chegar ao conhecimento do público, confirmou o direcionamento ético das mulheres pois foi verificado que as mulheres pesquisadas obtiveram uma média 2,4 de aceitabilidade por este tipo de situação, contra os homens que obtiveram média de 3,21.

Desta forma, os achados de Carol Gilligan (1982) Adkins e Radtke (2004) e Emerson *et al.* (2007) corroboram com o presente estudo, uma vez que encontraram diferenças significativas no que diz respeito as atitudes éticas de homens e mulheres.

5 CONCLUSÕES

Conforme Emerson *et al.* (2007), os recentes escândalos envolvendo contadores chamaram a atenção para as práticas éticas envolvendo os trabalhos desses indivíduos. Porém mesmo após a implementação de barreiras e leis que visam a normatização, homogeneização e até mesmo a proteção destes profissionais ainda existe em todos os países a preocupação e o foco voltado ao trabalho do contador no que diz respeito à ética contábil.

Este trabalho visou inicialmente comparar as percepções dos alunos de duas instituições, uma pública e uma privada com as de profissionais de contabilidade que atuam no mercado de trabalho, levantando os aspectos da percepção destes que

diferem em relação ao gênero dos respondentes.

Verificou-se que a maioria dos entrevistados que exercem a profissão contábil, 62,57%, era do sexo masculino e 37,43% do sexo feminino, o que ainda pode indicar uma discrepância destas quando comparadas aos homens trabalhando na área. Contudo, observou-se que, existe certa homogeneidade na distribuição de mulheres e homens entre os estudantes de contabilidade, 50,44% e 49,56% respectivamente, denotando certo equilíbrio entre os universitários; portanto, com uma maior participação feminina o mercado de trabalho tende futuramente a se equilibrar no que tange à relação de gênero.

Desta forma, seguindo a tendência de crescimento da mulher no mercado de trabalho contábil, juntamente com a menor aceitabilidade que estas têm em relação a atitudes antiéticas cria-se a expectativa da melhoria do aspecto ético em relação à profissão e até mesmo nas empresas em que as mulheres atuam.

Foi possível também inferir que na maioria das questões levantadas às mulheres houve uma menor aceitabilidade para certos comportamentos do que para os homens. Foram encontradas diferenças estatisticamente significantes em 9 (nove) das 25 (vinte e cinco) questões apresentadas. Pode-se destacar a questão “K” que evidenciava a escolha de relatórios que mascaram situações que não devem chegar ao público e que exemplificam o que aconteceu no caso Enron, e que teve menor aceitabilidade por indivíduos do sexo feminino, o que confirma algumas pesquisas que demonstram um perfil mais ético por parte das mulheres (EMERSON *et al.*, 2007).

Devido às próprias limitações do presente artigo, que verificou a percepção de alunos e profissionais de contabilidade segregados por seu gênero diante de uma amostra em estudo, não se pode promover a generalização dos resultados para toda uma classe profissional. Como futuras pesquisas, sugere-se que próximos estudos abordem, além da percepção dos alunos de duas universidades, como aqui foi estudado, evidenciar diferenças entre outras universidades, ou aquelas guiadas por diferentes ideais, bem como a realização de cruzamento com outras culturas, e da exploração de outras instituições universitárias dentro do próprio país.

Recomenda-se, também, que haja uma maior preocupação tanto da academia quanto dos órgãos regulamentadores da profissão contábil com a percepção e a relação que tanto os estudantes e os profissionais de contabilidade têm com a ética, para que no futuro estes possam desempenhar sua função de forma a evidenciar a moralidade que sustenta as relações coletivas.

REFERÊNCIAS

ABDOLMOHAMMADI, Mohammad J.; READ, William J.; SCARBROUGH, D. Paul. Does selection-socialization help to explain accountants 'weak ethical reasoning? **Journal of Business Ethics**, v 42, p. 71 - 81, 2003.

ADKINS, Nell; RADTKE, Robin R. Students' and faculty members' perceptions of the importance of business ethics and accounting ethics education: is there an expectations gap? **Journal of Business Ethics**, v 51, p. 279 - 300, 2004.

ALVES, Francisco José dos Santos. **Adesão do Contabilista ao código de ética da sua profissão: um estudo empírico sobre suas percepções**. 273 f. Tese (Doutorado em Contabilidade) - Programa de Pós-Graduação em Contabilidade e Atuária da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2005.

ALVES, Francisco José dos Santos; LISBOA, Nahor Plácido; WEFFORT, Elionor Farah Jreige;

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. Um estudo empírico sobre a importância do código de ética profissional para o contabilista, **Revista de Contabilidade e Finanças, FEA/USP**, v.18, spe, 2007.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando, Introdução à Filosofia**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2003.

BIAGGIO, Ângela Maria Brasil. Kohlberg e a "Comunidade Justa": promovendo o senso ético e a cidadania na escola. **Psicologia, Reflexão e Crítica**. v.10, 1, Porto Alegre, 1997.

_____. Universalismo Versus Relativismo no Julgamento Moral. **Psicologia, Reflexão e Crítica**. v.12, 1, Porto Alegre, 1999.

CHAUÍ, Marilena. **Convite a Filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.

CONROY, Stephen; EMERSON, Tisha, L. N. Business Ethics and Religion: Religiosity as a Predictor of Ethical Awareness among Students. **Journal of Business Ethics**, v. 50, p.383 - 396, 2004.

COOPER, Donald R & SCHINDLER, Pamela. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DUIZEND, Johnny; McCANN, Greg K. Do collegiate business students show a propensity to engage an illegal business practices? **Journal of Business Ethics**, v. 17, p. 229 - 238, 1998.

EMERSON, Tisha, STANLEY, Charles W.; L. N.; CONROY, Stephen J. Ethical attitudes of accountants: recent evidence from a practitioners' survey. **Journal of Business**

Ethics, v. 71, p.73 - 87, 2007.

GIUBERTI, Ana Carolina; MENEZES-FILHO, Naércio. Discriminação de rendimentos por gênero: uma comparação entre o Brasil e os Estados Unidos. *Econ. Aplicada.*, 9(3): 369-383, jul-set 2005

HOFFMANN, R., LEONE, E. Participação da mulher no mercado de trabalho e desigualdade da renda domiciliar no Brasil: 1981-2002. *Nova Economia*, v. 14, n. 2, p. 35-58, 2004.

HOWARD, Donald P.; IBRAHIM, Nabil A.; ANGELIDIS, John P. Corporate social responsibility: a comparative analysis of perceptions of practicing accountants and accounting students. *Journal of Business Ethics*, v 66, pp. 157-167, Springer 2006.

LIMA; Vanessa Aparecida Alves de. Piaget a Gilligan: retrospectiva do desenvolvimento moral em psicologia um caminho para o estudo das virtudes *Psicologia, Ciência e Profissão*, v. 24, 3. ed., p.12 - 23, Setembro de 2004.

LISBOA, Lázaro Plácido. **Ética Geral e Profissional em Contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 1996.

LOE, Terry W.; FERRELL, Linda; MANSFIELD, Phylis. A Review of Empirical Studies Assessing Ethical Decision Making in Business. *Journal of Business Ethics*, v 25, p. 185 - 204 2000.

MACHADO, Hilka Vier. Identidade organizacional: um estudo de caso no contexto da cultura brasileira. *Revista de Administração Eletrônica*, v. 4, 1, art. 12, jan./jul. 2005.

MAROCO, J. **Análise estatística com a utilização do SPSS**. Lisboa: Sílabo, 2007.

MALHOTRA, N. K. **Marketing research: an applied orientation**. Upper Saddle River:Prentice-Hall, 2001.

MATOS, Francisco Gomes de. **Ética na gestão empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2008.

PRIETO, A. J. A method for translation of instruments to other languages. *Adult Education Quaterly*, v. 43, n. 1, p. 1-14. 1992.

SARBANESOXLEY Act of. Senate and House of Representatives of the United States of America. Sarbanes-Oxley, Washington, Act of 2002.

SOUZA, Maria Tereza Saraiva de; PEREIRA, Raquel da Silva; MAFFEI Paulo Antonio de Jesus. Ética e liderança: sua influência na cultura organizacional da empresa. *RAI - Revista de Administração e Inovação*, São Paulo, v. 1, 1, p. 89 - 100, 2004.

SROUR, Robert Henry. Ética empresarial sem moralismo. *Revista de Administração*, São Paulo, v.29, 3, p. 3 - 22, Jul./Set., 1994.

APÊNDICE 1 - DESCRIÇÃO COMPLETA DO QUESTIONÁRIO

Escala de intensidade de aceitabilidade – 1 a 7 (assinale o número que melhor expresse seu nível de aceitabilidade com relação à situação exposta)						
Nunca aceitável		Às vezes aceitável			Sempre aceitável	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1	2	3	4	5	6	7

A - Um executivo ganha \$100 mil por ano e paga seus impostos como se ganhasse \$80 mil por ano.

B - Em razão de aumentar os lucros, um gerente geral de produção instala um processo que excede os limites de poluição ambiental.

C - Por causa da pressão da empresa que em que trabalha, um corretor de ações recomenda um tipo de ações que não são consideradas um bom tipo de investimento.

D - Um pequeno negócio tem \$140 de distribuição de receita bruta. O dono reporta somente a metade deste dinheiro para o pagamento de impostos.

E - Uma companhia paga 350 mil de comissão a um oficial de país estrangeiro. Em retorno a isso, o oficial prometeu ajuda para obtenção de um contrato que irá produzir 10 milhões em retorno para essa empresa.

F - O presidente de uma campanha descobriu que um competidor fez uma importante descoberta científica que certamente reduziria os lucros de sua companhia. Ele então contrata um empregado chave do competidor com a atenção de descobrir os detalhes da descoberta.

G - Um contratante da indústria de construção de estradas utilizou a situação caótica no processo de licitação e deixou de fora vários competidores da indústria. Por outro lado, fechou um contrato com a maior das empresas o que permitia a ambos a ter um ganho razoável.

H - O presidente de uma companhia reconheceu que enviar caros presentes de Natal para “comprar” gerentes de compras pode comprometer a situação dos mesmos. Mas, mesmo assim ele continua com a prática, uma vez que isso é comum e mudar isso pode acarretar em perdas para a empresa.

I - Um diretor corporativo sabe que sua companhia intenciona anunciar uma abertura de capital e, assim, aumentar os seus dividendos. Sabendo disso, ele compra ações um dia antes disso acontecer e as vende depois do anúncio para obter ganhos.

J - Um executivo promove seu melhor amigo e competente gerente para uma posição de vice-presidente ao invés de um gerente melhor qualificado, mas que não tinha uma relação tão próxima com ele.

K - Um *controller* seleciona um método, amparado por Lei, de relatórios financeiros que “mascara” alguns fatos que não devem chegar ao conhecimento do público.

L - Um engenheiro descobre o que ele percebe ser um detalhe obsoleto de um produto, mas que constitui uma chance de perigo com relação à segurança. A companhia se nega a corrigir o detalhe. O engenheiro omite o fato, ao invés de reclamar fora da companhia (órgãos de controle de qualidade, assistência ao consumidor).

M - Um empregador recebe dois currículos para uma vaga de gerência, mas apesar dos dois serem igualmente qualificados ele contrata o homem, isso porque alguns funcionários podem ficar ressentidos de serem comandados por uma mulher.

N - Como parte da estratégia de *marketing* para um novo produto, o fabricante muda à cor e anuncia isso como “novo e melhorado” mesmo que as características permaneçam sem mudanças.

O - Enfrentando uma redução de custos, uma companhia que produz arsênio, contrata um pesquisador para afirmar que o nível máximo desse produto (em água potável) pode ser maior do que o já divulgado e que não oferece risco à saúde.

P - O dono de um pequeno negócio obteve uma cópia de um sistema de computador gratuitamente de um parceiro de negócios ao invés de comprar o seu próprio pelo preço de 500,00.

Q - Paulo é um vendedor de carros usados que está sobre pressão de seu chefe para aumentar as vendas para que a empresa continue operando. Para isso, ele começa a voltar os odômetros (diminuindo os km rodados) e utiliza técnicas agressivas de venda.

R - Uma companhia de eletricidade decide não fazer uma atualização num equipamento de emissão de fumaça uma vez que suas emissões ainda estão abaixo do permitido por lei e isso ainda acarretaria numa redução dos lucros em, aproximadamente 10%.

S - João é editor do Jornal Bom Dia, que está fazendo um artigo sobre produtos defeituosos que estão sendo vendidos localmente. Um dos donos desses locais, Calçados Ltda., chama João e ameaça que retiraria seu anúncio do Jornal Bom dia se ele expusesse o nome da sua empresa. João concorda em tirar o nome da empresa.

T - Computadores Ltda., uma grande companhia de computadores remanufaturados, introduz uma nova linha de produtos que faz a sua linha já existente obsoleta. Então, a companhia decide doar os computadores obsoletos para uma escola local e, isto feito, à companhia receberá um incentivo fiscal e melhorará sua imagem em relação à responsabilidade social.

U - Mário é um agente de compras que tem a palavra final dos produtos que sua empresa irá comprar. Mário deixa bem claro que quando preços e condições são os mesmos, a sua decisão de compra pode ser mudada por um “pequeno” presente.

V - Marta é a nova representante de vendas que gerencia um território de vendas em que sua empresa não está tendo muito sucesso em conseguir um grande cliente,

a Gigante Ltda. Determinada a fazer a venda, Marta decide violar a política da companhia e compra um presente para o gerente da Gigante Ltda.

W - A comissão dos diretores da Empresa Ltda. aprovou uma política de destinação de fundos sendo que 7.5% desses lucros iriam para a própria corporação. Esse fundo passará direto pelos ganhos e irá reduzir o pagamento de dividendos da empresa.

X - O departamento de design da Bebê Corporação recentemente desenvolveu um novo e mais leve carregador de bebês. O novo design é mais barato para ser fabricado, mas possui risco de quebrar e causar perigo aos bebês. Bebê Corporação decide produzir e vender o carregador assim mesmo.

Y - Uma fábrica que produz um barulho muito alto durante a sua produção fica perto de uma área residencial, porque ali os custos para instalação são mais baratos.

Perfil:

Sexo: Feminino

Masculino

Idade Anos

DADOS DOS AUTORES:**Tatiane Antonovz**

Faculdade Internacional de Curitiba, FACINTER, Brasil.

Rua Saldanha Marinho 131 - Praça Tiradentes

Curitiba - PR

80410-150

Márcia Maria Bortolucci Espejo

Universidade Federal do Paraná

Av. Prefeito Lothário Meissner, 3400 - Jardim Botânico

Curitiba, PR - Brasil

80210-170

Pedro José Steiner Neto

Universidade Federal do Paraná

Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

R. Pref. Lothario Meissner 632 - Jardim Botânico

Curitiba, PR - Brasil

80210-170

Simone Bernardes Voese

Universidade Federal do Paraná, Departamento de Contabilidade.

Av. Prefeito Lothario Meissner, 632 - Jardim Botânico

Curitiba, PR - Brasil

80210-170