

A IMPORTÂNCIA DA ÉTICA NA FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Bruno Gonçalves de Lima Amorim¹

Luciana Codognoto da Silva²

Resumo

O presente artigo traz a importância das gestões empresariais exercendo o lado ético, com isso o estudo da ética na formação profissional em Ciências Contábeis é fundamental para desenvolver contadores responsáveis e íntegros. Uma empresa que busca constantemente inovação, cumpre as normas, diretrizes condizentes com a ética, tem por consequência o sucesso com seus colaboradores e clientes. Além disso, é responsabilidade da empresa fornecer informações claras e precisas sobre suas normas, regras, produtos e funções para ter um comportamento organizacional íntegro, demonstrando competência empresarial. Ao aprimorar suas práticas e técnicas, a empresa conquista a confiança e fidelidade dos consumidores, formando uma rede ampla de clientes satisfeitos, o que contribui para o reconhecimento e indicações positivas da empresa. O uso da Ética e Moral proporciona ao profissional da Contabilidade uma base sólida para a tomada de decisões éticas e contribui para a construção de uma reputação profissional confiável. Além disso, a ética na contabilidade promove a responsabilidade social dos contadores e assegura o interesse público nas atividades contábeis.

Palavras-chave: Contadores. Ética. Moral. Responsabilidade Social.

Abstract

This article brings the importance of business management exercising the ethical side, so the study of ethics in professional training in Accounting Sciences is essential to develop

¹ Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis – Bacharelado, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, campus de Nova Andradina – UFMS/CPNA.

² Doutora em Psicologia e Pós-Doutorado em Psicologia – UNESP/Assis, Professora Adjunta da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus de Nova Andradina – UFMS/CPNA.

responsible and honest accountants. A company that constantly seeks innovation, complies with standards, guidelines in line with ethics, results in success with its employees and customers. In addition, it is the company's responsibility to provide clear and accurate information about its norms, rules, products and functions in order to have an upstanding organizational behavior, demonstrating business competence. By improving its practices and techniques, the company wins the trust and loyalty of consumers, forming a wide network of satisfied customers, which contributes to the recognition and positive indications of the company. The use of Ethics and Morals provides the Accounting professional with a solid basis for making ethical decisions and contributes to building a reliable professional reputation. In addition, ethics in accounting promotes the social responsibility of accountants and ensures the public interest in accounting activities.

Keywords: Accountants. Ethic. Moral. Social Responsibility.

Introdução

A Ética tem importância em todos os ambientes. No âmbito profissional, ela é um aspecto fundamental em qualquer campo de atuação, pois o seu estudo e aplicação estabelece as diretrizes morais e comportamentais que devem seguir os profissionais e empresas. O conjunto de normas e valores que orientam as ações e decisões dentro do ambiente de trabalho, gerando a necessidade por informações transparentes e confiáveis cada vez maior, leva aos consumidores estarem mais conscientes, exigentes para o acesso as informações.

A profissão contábil é governada por normas e regulamentos específicos, que visam garantir a transparência e a qualidade das informações financeiras. O estudo da ética e moral se justifica nesta pesquisa, uma vez que pode contribuir para os contadores/empresas a compreenderem e cumprirem essas regras, fornecendo um ambiente confiável de negócios. Neste sentido, destacamos que esta é uma pesquisa referencial descritiva de abordagem qualitativa das interpretações conceituais sobre a importância ética agindo na profissão dos contadores e atitudes das empresas neste contexto.

Moller (1996) prossegue relacionando que a ética desempenha um papel fundamental no sucesso de qualquer carreira, pois está intrinsecamente ligada a virtudes como lealdade, responsabilidade e iniciativa. A lealdade implica em ser fiel aos princípios e valores éticos, agindo de maneira íntegra, demonstrando respeito aos colegas, superiores e clientes, cultivando relacionamentos baseados na confiança e na integridade. A responsabilidade refere-se à consciência das consequências de nossas ações e a disposição para assumir as devidas responsabilidades por elas. Já a iniciativa envolve a capacidade de agir proativamente, tomando ações positivas e éticas para alcançar objetivos profissionais.

De acordo com Stukart (2003, p. 75) “quanto mais alto um executivo está na hierarquia de uma empresa, maior é a expectativa de que ele demonstre um comportamento ético exemplar”. Isso se deve ao fato de que os executivos desempenham um papel crucial na definição da cultura organizacional e na tomada de decisões estratégicas que afetam a empresa como um todo. Os executivos são responsáveis por estabelecer padrões éticos e valores morais na organização, servindo como modelo de conduta para os demais colaboradores. Eles têm o poder de influenciar a forma como os negócios são conduzidos, priorizando a honestidade, a integridade e a responsabilidade social.

Além disso, ainda de acordo com Stukart (2003), à medida que os executivos sobem na hierarquia, eles se deparam com dilemas éticos mais complexos e com maior impacto. Suas decisões podem afetar não apenas a empresa, mas também os *stakeholders*, como clientes, funcionários, acionistas e a comunidade em geral. Por isso, é essencial que os Profissionais da Contabilidade demonstrem uma consciência ética aguçada e tomem decisões que levem em consideração não apenas os interesses financeiros da empresa, mas também o bem-estar e a sustentabilidade a longo prazo.

Em suma, trata-se da importância que a ética tem na formação profissional, à medida que os Contadores demonstram integridade, transparência e responsabilidade em suas ações é fundamental para liderar uma organização ajudar seus clientes a tomar decisões quanto a suas empresas e negócios de forma ética e promover a confiança e o sucesso a longo prazo.

Ética e Moral

A ética, segundo Passos (2017), é um campo fundamental da filosofia que lida com questões de moralidade e comportamento humano. Ela busca estabelecer princípios e diretrizes que governam as ações e decisões de indivíduos e grupos, levando em consideração o que é certo e o que é errado. A ética é uma disciplina que nos convida a refletir sobre como devemos viver e interagir com os outros, considerando as consequências de nossas escolhas.

Para o escritor Ventura (1999, p.7): “Se até na guerra e até entre os bandidos existe a necessidade de estabelecer regras, impor limites, instituir uma ‘ética’, imagine nas relações civilizadas”

Ele destaca que, mesmo em situações de conflito e em grupos considerados marginais, há a necessidade de estabelecer normas para regular o comportamento. No entanto, mesmo nesses contextos, há uma compreensão tácita de que algumas ações são consideradas inaceitáveis. Isso sugere que a ética desempenha um papel fundamental em qualquer contexto humano, independentemente de quão caótico ou hostil seja.

Ao considerarmos o contexto das relações civilizadas, a frase nos leva a refletir sobre a importância de instituir uma ética ainda mais robusta. Nas relações cotidianas, onde a coexistência pacífica e o bem-estar social são buscados, a necessidade de regras e limites torna-se ainda mais evidente.

A ética, enquanto disciplina teórica, estuda os códigos de valores que determinam o comportamento e influenciam a tomada de decisões num determinado contexto. Estes códigos têm por base um conjunto tendencialmente consensual de princípios morais, que determinam o que deve ou não deve ser feito em função do que é considerado certo ou errado por determinada comunidade. No ambiente organizacional e na gestão de empresas em particular, a ética estuda os códigos morais que orientam as decisões empresariais, na medida em que estas afetem as pessoas e a comunidade envolvente, partindo de um conjunto socialmente aceito de direitos e obrigações individuais e coletivos. As empresas consideradas éticas são geralmente aquelas cuja conduta é socialmente valorizada e cujas políticas se reconhecem sintonizadas com a moral vigente, subordinando as suas atividades e estratégias a uma reflexão ética

prévia e agindo posteriormente de forma socialmente responsável. (ALMEIDA, 2007, p. 110).

De acordo com Almeida (2007, p.110), “a ética, como disciplina teórica, estuda os códigos de valores que influenciam as decisões e o comportamento em um determinado contexto”. Esses códigos são baseados em princípios morais que são tendencialmente consensuais e determinam o que é considerado certo ou errado por uma comunidade específica. No contexto empresarial e na gestão de empresas em particular, a ética analisa os códigos morais que orientam as decisões empresariais, levando em consideração o impacto sobre as pessoas e a comunidade envolvente. Isso é feito com base em um conjunto socialmente aceito de direitos e obrigações individuais e coletivos. As empresas consideradas éticas são aquelas cujo comportamento é valorizado socialmente e cujas políticas estão alinhadas com a moral vigente. Elas submetem suas atividades e estratégias a uma reflexão ética prévia e agem de forma socialmente responsável, segundo salientou Alencastro (2010).

Sócrates (469-399 a.C), um dos grandes filósofos da antiguidade, acreditava que a ética e a moral estavam intrinsecamente ligadas ao conhecimento. Ele argumentava que a busca pelo conhecimento era fundamental para discernir o que era correto e agir com virtude. Através do diálogo e do autoconhecimento, Sócrates buscava levar as pessoas a examinarem suas próprias crenças e reformular seus princípios morais. Para ele, a virtude era um conhecimento que levava à ação virtuosa, e o objetivo final era buscar o bem, alcançando a excelência moral. Embora Sócrates não tenha deixado registros escritos de suas ideias, seus ensinamentos foram preservados por meio dos diálogos escritos por seus discípulos, especialmente por Platão. Através desses diálogos, podemos inferir a visão de Sócrates sobre a ética e suas contribuições para o campo (CHAUI, 2000).

Sócrates acreditava que a busca pela verdade e pelo conhecimento era fundamental para uma vida virtuosa e ética. Ele argumentava que a ignorância era a raiz do mal e que a única maneira de agir corretamente era através do conhecimento. Sócrates defendia a ideia de que as pessoas agem de acordo com o que acreditam ser bom, mas muitas vezes seus julgamentos estão equivocados devido à falta de entendimento adequado. Ao questionar as opiniões e os valores

das pessoas, Sócrates as levava a reconhecer contradições e inconsistências em seus próprios pensamentos, levando-as a um maior entendimento e uma reformulação de seus princípios morais. Para Sócrates, o bem não era algo subjetivo ou relativo, mas sim uma verdade objetiva que poderia ser alcançada através do conhecimento e da virtude (CHAUI, 2000).

No que diz respeito à ética, Platão afirmava que o objetivo principal era alcançar a excelência moral e a harmonia interior. Ele acreditava que o ser humano era composto de três partes: a razão, o apetite e a coragem. A razão deveria governar as outras partes, e o indivíduo virtuoso era aquele que conseguia manter essa harmonia interna (ARANHA, 1993).

Platão também desenvolveu a teoria das Formas ou Ideias, segundo a qual as coisas no mundo sensível são apenas imitações imperfeitas das ideias perfeitas. Por exemplo, existiria uma ideia perfeita de justiça, que serviria como um padrão para avaliar a justiça nas situações concretas. A virtude, portanto, consistia em se aproximar o máximo possível dessas ideias perfeitas, segundo destacou Aranha (1993).

Para Aristóteles, a busca pela excelência moral não é um objetivo final em si mesmo, mas uma maneira de alcançar a Eudaimonia, a plenitude e a realização pessoal. O homem virtuoso entende que a verdadeira felicidade não está na busca desenfreada do prazer imediato, mas na prática constante das virtudes que levam a uma vida significativa, é aquele que se compromete com o aprimoramento constante de seu caráter, buscando a excelência moral em todas as áreas de sua vida. Ele reconhece que a virtude é uma jornada contínua, e não um destino final, e está disposto a enfrentar os desafios e as dificuldades que surgem ao longo do caminho em busca de uma vida virtuosa e plena. É por meio da ética que se estabelecem os fundamentos para uma convivência harmoniosa, justa e respeitosa (ARANHA, 1993).

A ética nas relações civilizadas vai além da mera imposição de normas. Ela busca promover valores como a honestidade, a justiça, o respeito, a solidariedade e a responsabilidade mútua. Esses princípios éticos são fundamentais para o desenvolvimento de uma sociedade onde as pessoas possam viver em paz e prosperar. Ao estabelecer uma ética sólida, as relações civilizadas se beneficiam de

diretrizes claras que orientam o comportamento individual e coletivo. As regras e limites ajudam a prevenir abusos, conflitos e injustiças. Além disso, a ética também estimula o desenvolvimento de virtudes e valores positivos, como a empatia, a compaixão, a generosidade e a cooperação, segundo bem afirmou Alencastro (2010).

Ética nas Organizações

De acordo com Donaldson e Preston (1995, p. 67) “uma companhia, além de buscar o lucro e a maximização do valor para seus acionistas, deve estar ciente de seu papel na sociedade e das consequências de suas ações”. Donaldson e Preston (1995) argumentam que as empresas têm obrigações éticas não apenas para com seus acionistas, mas também para com os *stakeholders*, que incluem clientes, funcionários, comunidade e meio ambiente.

A ética empresarial, proposta por Donaldson e Preston (1995), vai além da mera conformidade com a legislação vigente. Eles defendem que as empresas devem agir de forma ética e responsável, considerando as normas e os valores morais compartilhados pela sociedade em que operam. Isso envolve a adoção de políticas e práticas que promovam o bem-estar dos *stakeholders*, evitando danos desnecessários e buscando o benefício mútuo. No contexto da companhia, ressaltam a importância da liderança ética e da cultura organizacional que valoriza a responsabilidade social. Os gestores e líderes têm a responsabilidade de estabelecer uma direção ética para a organização, garantindo que as decisões e ações sejam guiadas por princípios éticos sólidos.

Para Sung (1995, p.67), basicamente:

Dois problemas levaram os executivos e os teóricos da administração a se debruçar sobre questões éticas. Perceberam que a ausência de ética e a simples defesa do interesse próprio põe em perigo a sobrevivência das empresas e, portanto, dos seus próprios

empregos. É o instinto de sobrevivência falando mais alto que teorias aprendidas na escola.

A ausência de ética e a defesa do interesse próprio se tornaram preocupações centrais para executivos e teóricos da administração devido a dois problemas distintos. Primeiramente, eles perceberam que a falta de ética pode colocar em perigo a sobrevivência das empresas. Ao agir sem considerar princípios éticos, as organizações podem enfrentar consequências negativas, como perda de reputação, litígios legais e desconfiança por parte dos *stakeholders*. Em segundo lugar, a defesa exclusiva do interesse próprio coloca em risco não apenas as empresas, mas também os próprios empregos dos executivos. Ao priorizar ganhos imediatos e negligenciar as práticas éticas, eles correm o risco de prejudicar a sustentabilidade e a longevidade das organizações em que trabalham. Nesse contexto, o instinto de sobrevivência muitas vezes prevalece sobre as teorias aprendidas na escola, destacando a necessidade de uma abordagem ética para garantir a continuidade e o sucesso das empresas (ALENCASTRO, 2010).

Nash (2001, p.10) destaca que: “incentivar as empresas a adotarem uma abordagem de longo prazo nas relações com os clientes”. Ela argumenta que a fidelização e a lealdade do cliente são construídas ao longo do tempo, por meio de interações éticas consistentes. Isso implica em estabelecer um diálogo aberto e transparente, ouvir as necessidades e preocupações dos clientes, e buscar soluções que atendam a essas demandas de forma ética. Outro aspecto abordado por Nash (2001) é a importância de levar em consideração o bem-estar dos clientes em todas as decisões empresariais. Ela destaca que as empresas devem avaliar os impactos de suas ações nos clientes, evitando prejudicá-los desnecessariamente e buscando promover seu benefício e satisfação. Isso envolve adotar políticas e práticas que garantam a qualidade do produto, o suporte pós-venda adequado e um ambiente de negócios ético e confiável.

Moreira (1999, p.131) enfatiza a “necessidade de estabelecer uma comunicação clara e transparente com os empregados. Isso inclui fornecer informações relevantes sobre a empresa, suas estratégias e desafios, bem como ouvir as opiniões e preocupações dos funcionários”. A comunicação eficaz contribui para a construção de um ambiente de confiança e colaboração, promovendo o

engajamento dos empregados e o trabalho em equipe. Além da importância de remunerar os empregados de forma justa e equitativa. Ele argumenta que as empresas devem oferecer salários e benefícios adequados, levando em consideração o valor do trabalho realizado, as habilidades exigidas e as condições do mercado.

Para Moreira (1999), uma remuneração justa não apenas reconhece e valoriza o trabalho dos funcionários, mas também contribui para sua satisfação e bem-estar no trabalho. Obrigações para com os empregados ressaltam a importância de tratar os colaboradores com dignidade, oferecer oportunidades de crescimento profissional, estabelecer uma comunicação transparente e remunerar de forma justa. Essas práticas não apenas promovem um ambiente de trabalho saudável e produtivo, mas também contribuem para o desenvolvimento pessoal e profissional dos empregados, fortalecendo assim a relação entre a empresa e seus colaboradores.

Desde o aparecimento da teoria da direção participativa por objetivos é imposta a ideia de que a empresa não é mais um sistema de regras hierarquizadas edificada para obter um certo trabalho e um certo proveito, mas um lugar de cooperação entre membros que formam uma equipe empenhada em atingir um objetivo comum e movidos pelo mesmo ideal. Deste modo, a representação de uma organização como sociedade onde as condutas humanas são definidas por regras imperativas e que se produzem num mundo de relações formalizadas é atenuada para dar lugar à representação de uma comunidade de seres fraternais que estabelecem relações convivas, que são responsáveis por seus atos e desejam o bem comum. (ENRIQUEZ, 1997, p. 12).

A teoria da direção participativa por objetivos de Montana (1998) trouxe consigo a ideia de que as empresas não devem ser mais encaradas como sistemas rígidos e hierarquizados, cujo único propósito é realizar um determinado trabalho e obter lucro. Em vez disso, passou-se a enxergar as empresas como locais de cooperação, onde os membros formam uma equipe engajada em alcançar um objetivo comum e são motivados por um ideal compartilhado. Essa nova perspectiva altera a representação da organização como uma sociedade regida por regras imperativas e relações formalizadas, dando lugar a uma visão de uma comunidade de indivíduos fraternais. Nesse contexto, as relações de trabalho se baseiam em

uma convivência colaborativa, em que cada membro é responsável por suas ações e busca o bem comum. A ênfase é colocada na construção de um ambiente em que as pessoas se relacionam de forma harmoniosa, trabalhando em conjunto para atingir metas compartilhadas e promover o bem-estar coletivo.

Nesse contexto, o instinto de sobrevivência acaba falando mais alto do que as teorias aprendidas na escola. Essa constatação ressalta a importância de uma abordagem ética nos negócios, uma vez que a falta de ética pode ter impactos negativos tanto para as organizações quanto para os indivíduos envolvidos, enfatizando a necessidade de considerar princípios éticos sólidos como base para a tomada de decisões e ações empresariais, tal como evidenciaram os autores.

Ética nas Ciências Contábeis

De acordo com Morgensztern (1999, p.113), a empresa “é o somatório das pessoas que a compõem”. A ética proporciona um guia para o comportamento responsável, transparente e justo, levando em conta os valores morais e as normas compartilhadas pela sociedade. A tomada de decisões éticas não apenas cria um ambiente de trabalho mais ético, mas também contribui para a construção de uma cultura organizacional saudável. Os valores éticos são incorporados nas políticas, práticas e comportamentos da organização, influenciando positivamente a forma como os colaboradores interagem entre si, com os clientes e com a sociedade em geral.

A empresa, por ter como principal objetivo o alcance de resultados contábeis, introduziu a medida como o único elemento de diferenciação dos seres. Só importam as condutas comparáveis. A cifra toma-se o sinal da excelência dentro da empresa e, progressivamente, no conjunto das organizações. As consequências desta situação são paradoxais: 1. A empresa, trazendo ao seu apogeu os "valores" do capitalismo racional e instrumental, contribuiu enormemente para a primazia da técnica sobre o humano e tentou fazer de cada ser um manipulador perverso que não se interessa pelo outro, a não ser que favoreça a satisfação de seus desejos. Pode-se compreender, então, porque são abandonadas as

instituições que valorizam a solidariedade, a sociabilidade, quando estas não são mais libido positiva. Seja porque elas parecem remeter a "ideias" ultrapassadas, como por exemplo, o bem comum, o amor comunitário; seja por não produzirem efeitos, já que o resultado de sua aplicação, na realidade, não pode ser objeto de um exame contábil; seja por parecerem incapazes de suscitar paixões arrasadoras e quebrar a muralha da razão instrumental, como a impossibilidade de definir um grande projeto; seja, enfim, por estarem tão contaminadas pelo modelo da empresa com sua dimensão inclusão/exclusão que não conseguem mais provocar o amor e a adesão. Nesse momento, a empresa (e o modelo que ela institui) parece ter alcançado a vitória, porque ela transformou os seres "humanos" em seres "técnicos" ou, dito de outro modo, em puros produtores e consumidores, transformando as relações sociais em relações entre mercadorias. (ENRIQUEZ, 1997, p. 7).

A empresa, nesse contexto, parece triunfar ao criar uma dinâmica em que as relações sociais são reduzidas a transações comerciais e as pessoas são vistas como meros agentes econômicos. A lógica da inclusão e exclusão, típica do ambiente empresarial, permeia as interações sociais, tornando difícil despertar o amor e a adesão por projetos coletivos que transcendam a racionalidade instrumental. No entanto, essa vitória aparente da empresa e de seu modelo tem consequências paradoxais. A primazia da técnica sobre o humano leva à perda de valores essenciais, ao enfraquecimento das instituições solidárias e à erosão das relações sociais autênticas. É importante refletir sobre esses impactos e buscar um equilíbrio entre os aspectos quantitativos e qualitativos, de forma a resgatar a importância do bem comum, da solidariedade e da sociabilidade nas organizações e na sociedade como um todo (ENRIQUEZ, 1997).

De acordo com GALBRAITH (1996, p.93):

[...] a necessidade de suprir os bens de consumo e serviços requeridos; a necessidade de assegurar que essa produção e seu uso e consumo não exerçam um efeito adverso sobre o atual bem-estar do público em geral; e a necessidade de assegurar que não afetem adversamente as vidas e o bem-estar das gerações futuras.

Conforme Galbraith (1996) destaca-se a importância de suprir bens de consumo e serviços necessários, sem causar efeitos adversos ao bem-estar público atual e das gerações futuras. No campo contábil, é essencial adotar uma abordagem

responsável e ética que leve em conta essas necessidades e preocupações. Em primeiro lugar, a necessidade de suprir os bens de consumo e serviços requeridos refere-se à responsabilidade das ciências contábeis em fornecer informações precisas e confiáveis sobre os recursos financeiros e materiais disponíveis. A ética exige transparência na comunicação dos dados contábeis, garantindo que os *stakeholders* tenham acesso a informações relevantes para tomar decisões informadas.

Além disso, a ética nas ciências contábeis também está relacionada à necessidade de garantir que a produção, uso e consumo desses bens não tenham um efeito adverso no bem-estar do público em geral. Isso implica considerar não apenas os aspectos econômicos, mas também os impactos sociais e ambientais das atividades empresariais. A responsabilidade social e ambiental são pilares fundamentais da ética contábil, levando em conta a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável. A consideração dos impactos de longo prazo das decisões contábeis é essencial para garantir que os recursos sejam utilizados de forma sustentável, preservando-os para as futuras gerações. A ética nas ciências contábeis é imprescindível para atender às necessidades de suprimento de bens e serviços, garantindo que não causem efeitos adversos no bem-estar público atual e futuro. Ao adotar uma abordagem ética, as ciências contábeis podem contribuir para um desenvolvimento sustentável, equilibrando os interesses econômicos com as preocupações sociais e ambientais, e assegurando a preservação dos recursos para as gerações vindouras, conforme destacou Galbraith (1996).

De acordo com a NORMA BRASILEIRA DE CONTABILIDADE (2019, p. 01): “Cabe ao profissional da contabilidade manter em seu poder os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem da publicidade realizada dos seus serviços”. Destaca-se a importância da transparência e da veracidade na divulgação dos serviços contábeis. O profissional da contabilidade deve assegurar que todas as informações e dados utilizados em sua publicidade sejam precisos, confiáveis e fundamentados em fatos reais, técnicas adequadas e conhecimento científico.

Ao seguir essa diretriz ética, o contador demonstra o compromisso em fornecer aos potenciais clientes uma visão clara e precisa de seus serviços e competências. Essa postura ética contribui para a construção de uma relação de

confiança entre o profissional e seus clientes, além de fortalecer a reputação e a credibilidade da profissão contábil como um todo.

É importante ressaltar que a retenção dos dados fáticos, técnicos e científicos é essencial não apenas durante o processo de publicidade, mas também ao longo de todo o relacionamento profissional com os clientes. Manter esses dados em posse permite ao contador sustentar suas declarações, análises e relatórios contábeis de forma fundamentada e consistente.

Dessa forma, o cumprimento dessa disposição ética do Código de Ética do Profissional do Contador contribui para a integridade e a confiabilidade da profissão contábil, assegurando que a publicidade e os serviços prestados sejam baseados em informações confiáveis e adequadas, promovendo uma relação ética e transparente entre o contador e seus clientes.

Considerações Finais

A ética e a moral desempenham papéis fundamentais nas organizações, especialmente no campo das Ciências Contábeis. A ética é o estudo dos princípios que norteiam o comportamento humano, enquanto a moral se refere às normas e valores que guiam as ações individuais e coletivas. No contexto das organizações, a ética se torna essencial para promover a transparência, a responsabilidade e a integridade.

Nas Ciências Contábeis, a ética desempenha um papel ainda mais relevante, pois os profissionais contábeis contribuem registrarem fatos, gerar relatórios, tomada de decisão, além disso apoiam uma das partes mais importantes de uma empresa que é a gestão dos recursos financeiros das organizações. A integridade e a conduta ética são fundamentais para assegurar a confiança dos *stakeholders* e garantir a autenticidade das informações contábeis. A manipulação indevida de dados financeiros ou a falta de ética na prestação de serviços contábeis podem ter consequências devastadoras tanto para as organizações quanto para a sociedade como um todo.

A ética nas Ciências Contábeis implica em agir de acordo com os princípios profissionais, como honestidade, imparcialidade, confidencialidade e competência técnica. Além disso, os profissionais contábeis devem considerar os interesses dos *stakeholders* e buscar o bem comum ao tomar decisões e realizar suas atividades.

Uma abordagem ética nas Ciências Contábeis não apenas fortalece a confiabilidade das informações financeiras, mas também contribui para a sustentabilidade das organizações e o compromisso com a sociedade. É fundamental que os profissionais contábeis compreendam a importância da ética em suas práticas diárias, promovendo a responsabilidade e a transparência em todas as suas ações.

Por fim, a ética e a moral desempenham um papel crucial nas organizações e, especificamente no campo das Ciências Contábeis. O compromisso com a ética é essencial para garantir a confiabilidade das informações contábeis, promover a transparência e a responsabilidade, e contribuir para o desenvolvimento sustentável das organizações e da sociedade como um todo. Ao adotar uma postura ética, os profissionais contábeis podem desempenhar um papel significativo na construção de um ambiente empresarial íntegro e confiável nas organizações e cumprir o papel social da profissão.

Referências

ALENCASTRO, M.S.C. **Ética empresarial na prática: liderança, gestão e responsabilidade corporativa**. Curitiba: Editora Ibpex, 2010.

ALMEIDA, Filipe J. R. *Ética e Desempenho Social das Organizações: um modelo teórico de análise dos fatores culturais e contextuais*. **Revista de Administração Contemporânea**. v.11, n.3 Curitiba, Jul./Set. 2007.

ARANHA, M.L.A. **Filosofando: introdução à filosofia**. São Paulo: Moderna, 1993.

CHAUÍ, M. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.

DONALDSON, T; PRESTON, L. The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications. **The Academy of Management Review**, Ohio, v.20, n.1, p.65-91, 1995.

ENRIQUEZ, E. *Os desafios éticos nas organizações modernas*. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 37, n. 2, p. 6-17, Abr./Jun. 1997.

GALBRAITH, J. K. **A sociedade justa: uma perspectiva humana**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

MOLLER, C. **A santíssima trindade que leva ao sucesso**. Exame, São Paulo, v. 30, n.623, p. 103, nov. 1996.

MONTANA, P. J.; CHARNOV, B. H. **Administração**. São Paulo: Saraiva, 1998.

MOREIRA, J. M. **A ética empresarial no Brasil**. São Paulo: Pioneira, 1999.

MORGENSZTERN, V. **Administração antropológica**. São Paulo: Gente, 1999.

NASH, L. L. **Ética nas empresas**. São Paulo: Makron Books, 2001.

NORMA BRASILEIRA DE CONTABILIDADE. **O Conselho Federal de Contabilidade**. Brasília: 7 de fevereiro de 2019.

PASSOS, J. D. **A busca da excelência moral do homem: nascimento e desenvolvimento da ética na antiguidade**. Jundiaí: Paco Editorial, 2017.

STUKART, H. L. **Ética e corrupção**. Os benefícios da conduta ética na vida pessoal e empresarial. São Paulo: Nobel, 2003.

SUNG, J. M; SILVA, J. C. da. **Conversando sobre ética e sociedade**. Petrópolis: Vozes, 1995.

VENTURA, Z. O renascimento da ética. **Revista do Provão**, Brasília, n.4, 1999.