



Universidade de Brasília  
Faculdade de Administração, Contabilidade, Economia e Gestão Pública  
Departamento de Administração

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso

**COMO A CRENÇA NA HONESTIDADE E A ORIENTAÇÃO  
UTILITARISTA AFETAM O RECONHECIMENTO E O JULGAMENTO  
DE AÇÕES ANTIÉTICAS: UM ESTUDO DE VINHETAS**

VITOR BUENO OSSANI RIBEIRO

Brasília

2023

VITOR BUENO OSSANI RIBEIRO

**COMO A CRENÇA NA HONESTIDADE E A ORIENTAÇÃO  
UTILITARISTA AFETAM O RECONHECIMENTO E O JULGAMENTO  
DE AÇÕES ANTIÉTICAS: UM ESTUDO DE VINHETAS**

Projeto de trabalho de conclusão de curso apresentado  
a Graduação em Administração da Universidade de  
Brasília.

**Orientador:** Prof. Dr. Luciano Rossoni

Brasília

2023

## RESUMO

Os indivíduos frequentemente enfrentam situações éticas, compreender a forma com que lidam e são afetados por suas crenças e perfil utilitarista é de extrema importância para entender o processo de tomada de decisão ético. O objetivo do estudo foi analisar como a crença na honestidade e a orientação ética utilitarista e deontológica afetam o reconhecimento e o julgamento de ações antiéticas. Para sua execução, a metodologia utilizada foi de pesquisa quantitativa realizada através de um questionário com vinhetas, uma escala de honestidade e uma pesquisa para designar o perfil utilitarista. Através de análises dos componentes principais, correlação de Pearson e análises de regressão linear, buscou-se entender como os fatores influenciaram o reconhecimento e julgamento das ações antiéticas. Os resultados apresentaram um efeito significativo da crença na honestidade, que desempenhou um papel importante no julgamento das ações, visto que em grande parte os indivíduos se baseiam em suas crenças para reagir perante ações antiéticas e o perfil utilitarista ou deontológico que foi mais impactante no reconhecimento de ações antiéticas pelos indivíduos. O estudo apresenta descobertas e apontamentos importantes para programas de educação ética bem como orientação para políticas públicas e organizacionais e estratégias de gestão de ética, apresentando a relação da honestidade e utilitarismo nas diversas perspectivas éticas dos indivíduos.

**Palavras-chave:** Reconhecimento; Julgamento; Ética; Utilitarismo; Deontologismo; Crenças; Honestidade.

# SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	7
1.1	FORMULAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA.....	8
1.2	OBJETIVO GERAL.....	8
1.3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	8
1.4	JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA .....	9
1.5	ESTRUTURA DO PROJETO DE TCC .....	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1	PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO.....	11
2.1.1	PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO ÉTICA E MORAL .....	12
2.2	DIMENSÃO ÉTICA.....	13
2.3	INTENSIDADE MORAL .....	15
2.4	HONESTIDADE.....	17
2.5	ÉTICA UTILITARISTA E ÉTICA DEONTOLÓGICA .....	18
3	METODOLOGIA.....	20
3.1	POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	20
3.2	DELINEAMENTO E CONSTRUÇÃO DAS VINHETAS .....	21
3.3	VARIÁVEIS.....	23
3.4	PROCEDIMENTOS DE TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS .....	27
3.5	ASPECTOS ÉTICOS ENVOLVIDOS NA CONDUÇÃO DA PESQUISA .....	28
4	RESULTADOS .....	30
4.1	ANÁLISE DE COMPONENTES PRINCIPAIS .....	30
4.2	CORRELAÇÃO DE PEARSON .....	36
4.3	REGRESSÃO LINEAR .....	38
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....	43
5.1	LIMITAÇÕES.....	44
5.2	IMPLICAÇÕES TEÓRICAS E PRÁTICAS .....	44
5.3	SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS .....	45
	REFERÊNCIAS .....	46
	APÊNDICE – QUESTIONÁRIO .....	49

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - ETAPAS DA DIMENSÃO ÉTICA E COMPONENTES DA INTENSIDADE MORAL .....	24
TABELA 2 - KMO CENÁRIO 1 .....	30
TABELA 3 - KMO CENÁRIO 2 .....	31
TABELA 4 - COMPONENTES DO CENÁRIO 1 .....	31
TABELA 5 - VARIÂNCIA EXPLICADA DOS COMPONENTES NO CENÁRIO 1.....	32
TABELA 6 - CONFIABILIDADE DO COMPONENTE 1 DO CENÁRIO 1.....	32
TABELA 7 - CONFIABILIDADE DO COMPONENTE 2 DO CENÁRIO 1.....	32
TABELA 8 - COMPONENTES DO CENÁRIO 2 .....	33
TABELA 9 - VARIÂNCIA EXPLICADA DOS COMPONENTES NO CENÁRIO 2.....	34
TABELA 10 - CONFIABILIDADE DO COMPONENTE 1 DO CENÁRIO 2 .....	34
TABELA 11 - CONFIABILIDADE DO COMPONENTE 2 DO CENÁRIO 2 .....	34
TABELA 12 - KMO HONESTIDADE .....	35
TABELA 13 - COMPONENTES ESCALA DE HONESTIDADE.....	35
TABELA 14 - VARIÂNCIA EXPLICADA NA ESCALA DE HONESTIDADE .....	36
TABELA 15 - CONFIABILIDADE DA ESCALA DE HONESTIDADE.....	36
TABELA 16 - REGRESSÃO LINEAR - RECONHECIMENTO CENÁRIO 1.....	38
TABELA 17 - REGRESSÃO LINEAR ANOVA - RECONHECIMENTO CENÁRIO 1 .....	38
TABELA 18 - REGRESSÃO LINEAR COEFICIENTES - RECONHECIMENTO CENÁRIO 1 .....	39
TABELA 19 - REGRESSÃO LINEAR - RECONHECIMENTO CENÁRIO 2.....	39
TABELA 20 - REGRESSÃO LINEAR ANOVA - RECONHECIMENTO CENÁRIO 2.....	39
TABELA 21 - REGRESSÃO LINEAR COEFICIENTES - RECONHECIMENTO CENÁRIO 2 .....	40
TABELA 22 - REGRESSÃO LINEAR - JULGAMENTO CENÁRIO 1 .....	40
TABELA 23 - REGRESSÃO LINEAR ANOVA - JULGAMENTO CENÁRIO 1 .....	40
TABELA 24 - REGRESSÃO LINEAR COEFICIENTES- JULGAMENTO CENÁRIO 1.....	41
TABELA 25 - REGRESSÃO LINEAR - JULGAMENTO CENÁRIO 2 .....	41
TABELA 26 - REGRESSÃO LINEAR ANOVA- JULGAMENTO CENÁRIO 2 .....	41
TABELA 27 - REGRESSÃO LINEAR COEFICIENTES- JULGAMENTO CENÁRIO 2.....	42

## **LISTA DE FIGURAS**

FIGURA 1 - ETAPAS DA DIMENSÃO ÉTICA.....	14
FIGURA 2 - AS SEIS COMPONENTES DA INTENSIDADE MORAL DE JONES (1991).....	15
FIGURA 3 - MAPA DE CALOR DE PEARSON .....	37

## 1 INTRODUÇÃO

No panorama ético em constante evolução, a interseção entre crenças na honestidade e orientação utilitarista assume uma relevância inigualável. Como afirmado por Rawls (1971), a compreensão de como tais perspectivas moldam o reconhecimento e julgamento de ações antiéticas é crucial para a comunidade, pois não apenas reflete os valores fundamentais da sociedade, mas também influencia diretamente as normas éticas e as decisões individuais e coletivas.

No âmbito deste estudo, o foco está na complexa dinâmica entre crenças profundas na honestidade e a abordagem utilitarista e deontológica, examinando como esses dois elementos interagem e influenciam a percepção e julgamento de ações consideradas antiéticas. Como salientado por Mills (1863), a história e o contexto específicos dessas duas orientações éticas servem como base para entender como as pessoas avaliam situações moralmente ambíguas e enfrentam dilemas éticos em suas vidas cotidianas.

Neste artigo, é revelado que a crença na honestidade e a orientação utilitarista não apenas moldam o reconhecimento de ações antiéticas, mas também desempenham papéis distintos no processo de julgamento moral. Tanto a crença na honestidade como o perfil utilitarista influenciam a percepção que os indivíduos têm das situações e elas moldam a forma que agem. Seguindo as ideias de Gilligan (1982), é demonstrado, de maneira abrangente, como essas perspectivas se entrelaçam, oferecendo insights inovadores que transcendem as abordagens éticas convencionais.

O diferencial deste trabalho reside na análise em conjunto das crenças na honestidade e a orientação utilitarista, uma vez que a maioria das pesquisas abordam esses temas em contextos separados. A abordagem inovadora deste estudo oferece uma compreensão mais holística das implicações éticas, indo além das análises tradicionais e apresentando novas perspectivas que ampliam o conhecimento existente na área.

O restante deste estudo se desdobrará em quatro seções essenciais. No capítulo 2, é abordada a base teórica do estudo, principalmente sobre o processo de tomada de decisão ético, as crenças na honestidade e a orientação utilitarista, explorando suas influências no reconhecimento de ações antiéticas. O terceiro capítulo apresenta a metodologia do estudo e os instrumentos utilizados para a coleta dos dados. O quarto capítulo apresenta os resultados obtidos com o questionário realizado e no quinto e último capítulo está apresentado as

discussões acerca dos resultados da pesquisa, suas implicações e sugestões para pesquisas futuras.

### 1.1 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

Para entender a tomada de decisão em situações de dilemas éticos, deve-se entender duas dimensões:

Como os princípios éticos da honestidade e do utilitarismo impactam as decisões individuais em dilemas éticos complexos, e de que se complementam ou entram em conflito durante o processo de tomada de decisões éticas?

### 1.2 OBJETIVO GERAL

O objetivo desse estudo é analisar como a crença na honestidade e a orientação ética utilitarista e deontológica afetam o reconhecimento e o julgamento de ações antiéticas.

### 1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Com o objetivo geral definido, foram escolhidos os seguintes objetivos específicos, a fim de auxiliar e direcionar na obtenção dos resultados:

- Analisar a forma que indivíduos reagem quando são confrontados com situações complexas que envolvem dilemas éticos e morais.
- Investigar como a crença na honestidade influencia o reconhecimento e julgamento de ações antiéticas.
- Avaliar com a orientação ética (utilitarista ou deontológica) afeta o processo de reconhecimento e julgamento de ações antiéticas.



## 1.4 JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA

O processo de tomada de decisão é essencial para o entendimento da vida cotidiana, abrangendo desde as escolhas mais simples até as mais complexas e estratégicas que possuem impactos significativos nas vidas dos indivíduos.

A justificativa teórica para este estudo é ancorada na necessidade de aprofundar nossa compreensão sobre a dinâmica complexa entre honestidade e utilitarismo na tomada de decisões éticas individuais. A investigação proposta tem relevância ao contribuir para a compreensão mais profunda da interseção entre crenças na honestidade, orientações éticas utilitaristas e deontológicas, e o processo de reconhecimento e julgamento de ações antiéticas. Autores como Kohlberg (1969) destacaram a importância do desenvolvimento moral e das diferentes orientações éticas na tomada de decisões éticas. A teoria utilitarista, fundamentada nas ideias de Bentham e Mill, enfatiza a maximização do bem-estar, enquanto as teorias deontológicas, como as propostas por Kant (1785), priorizam princípios morais universais. A crença na honestidade, por sua vez, pode moldar a percepção moral, como discutido por Tangney e Dearing (2002) ao examinarem as implicações da vergonha e da culpa na moralidade individual.

Além disso, a pesquisa se alinha com estudos contemporâneos que exploram as nuances da tomada de decisões éticas em contextos específicos. Autores como Gino e Bazerman (2009) destacam a influência da situação e do contexto na ética comportamental, enquanto outros, como Tenbrunsel e Messick (2004), ressaltam a importância das orientações éticas na avaliação de ações moralmente complexas.

No âmbito prático, compreender como a crença na honestidade e as orientações éticas utilitaristas e deontológicas influenciam o reconhecimento e julgamento de ações antiéticas tem implicações significativas para diversos setores. Empresas e organizações, por exemplo, podem se beneficiar ao compreender como as diferentes perspectivas éticas de seus membros podem impactar o ambiente de trabalho e as decisões organizacionais (TREVIÑO; WEAVER, 2003).

A pesquisa também é relevante para a formulação de políticas públicas, especialmente aquelas relacionadas à ética e responsabilidade social, fornecendo insights sobre como diferentes abordagens éticas podem moldar as atitudes e comportamentos em contextos sociais mais amplos (Baron, 1994).

Em resumo, esta pesquisa se propõe a preencher lacunas teóricas e práticas, oferecendo uma compreensão mais abrangente das complexas interações entre crenças individuais, orientações éticas e tomada de decisões éticas, com potenciais benefícios para a teoria moral e

aplicações práticas em diversos setores. O presente estudo propõe uma abordagem inovadora ao investigar como a crença na honestidade e as orientações éticas utilitaristas e deontológicas interagem no processo de reconhecimento e julgamento de ações antiéticas. Ao integrar variáveis-chave, como a crença na honestidade, e contextualizar teorias éticas em situações práticas, o estudo busca oferecer uma compreensão mais profunda e aplicada das complexas dinâmicas envolvidas na tomada de decisões éticas. Contribui de maneiras únicas para a literatura existente ao abordar a interseção específica entre crença na honestidade, orientações éticas utilitaristas e deontológicas, e o reconhecimento e julgamento de ações antiéticas. O estudo busca apresentar uma perspectiva holística que poucos estudos anteriores exploraram, ao considerar essas variáveis em conjunto pode-se proporcionar uma compreensão mais abrangente das influências mútuas que moldam o julgamento ético.

## 1.5 ESTRUTURA DO PROJETO DE TCC

O estudo consiste em cinco capítulos. O primeiro deles é a introdução, que apresenta um breve relato sobre o tema bem como o que se buscou estudar, juntamente com algumas explicações e justificativas. No segundo capítulo, são apresentadas as bases teóricas que são utilizadas na pesquisa, explicando e demonstrando os conceitos de honestidade, ética, tomada de decisão que são utilizados no decorrer deste estudo. O terceiro capítulo apresenta a metodologia do estudo, a forma que os dados serão coletados e analisados e os aspectos éticos utilizados na realização da pesquisa. No quarto capítulo é apresentada a análise e interpretação dos dados após a realização do questionário e no quinto e último capítulo está exposta a conclusão da pesquisa, juntamente com algumas considerações finais e sugestões para as próximas pesquisas.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo estão apresentados os principais conceitos que são base para essa pesquisa. Todas as informações abordadas aqui serão de muita importância para entendimento do estudo como um todo bem como a forma que ele será apresentado.

### 2.1 PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO

*“Nada é mais difícil e, portanto, mais precioso do que a habilidade de decidir”*, disse Napoleão Bonaparte. Com essas palavras fazia referência à habilidade de um comandante tomar iniciativas no campo de batalha e durante um tiroteio, mas elas também refletem os riscos a que se expõe um administrador que nunca lidou com uma crise que requer ação imediata (CLARK; HARMAN,2004).

O processo de tomada de decisão abrange um conjunto de etapas em que os indivíduos ou grupos encaram para escolher uma opção dentro de várias que são possíveis. Esse processo envolve a coleta, avaliação e análise das informações relevantes, considerando critérios e valores pessoais, com o intuito de escolher a alternativa que atenda da melhor forma o que se deseja analisar.

Todas as pessoas devem tomar decisões, sejam elas em âmbito pessoal ou profissional e tudo isso está relacionado com a capacidade de aproveitar oportunidades e solucionar problemas. Muitas decisões são cotidianas, em que os indivíduos não necessitam de muito tempo para pensar e acabam as realizando várias vezes durante o dia, já outras acabam sendo mais complicadas, onde exige-se um tempo maior para pensar, raciocinar e por fim realizar.

Decisão é a escolha entre alternativas, que podem representar diferentes hipóteses sobre um fenômeno. Um critério representa uma condição de avaliação que pode ser avaliado de forma a ordenar as alternativas de decisão, em termos de desempenho ou eficácia das alternativas. (LIMA, 2003).

Herbert Simon (1989) foi responsável por introduzir a importância e os benefícios de uma tomada de decisão eficaz. Ele cita que existem duas partes, sendo a primeira a própria decisão e a segunda a sua aplicação. A sua teoria tem muita relevância para o estudo de decisões

pois foi o primeiro autor a citar sobre a racionalidade limitada, que afirma que os indivíduos não tomam decisões perfeitamente racionais devido aos limites cognitivos e limites sociais.

### 2.1.1 PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO ÉTICA E MORAL

O processo de tomada de decisão ética refere-se ao método pelo qual as pessoas ou organizações avaliam e escolhem entre opções que têm implicações éticas. Este processo envolve considerar valores, princípios morais e normas éticas para chegar a uma decisão que seja ética e moralmente aceitável. Diversos modelos teóricos foram propostos para identificar os aspectos do processo de tomada de decisão ética.

No modelo teórico de Rest (1986), o processo decisório é delineado em quatro etapas: reconhecimento da questão ética (análise do fato para identificar a presença ou ausência de uma questão ética); julgamento (análise da conduta mais apropriada a ser seguida); intenção (decisão de agir ou não de acordo com o julgamento feito); e comportamento (ação do indivíduo diante do dilema ético).

No modelo de Ferrel e Gresham (1985), os indivíduos adotam diferentes abordagens na tomada de decisão ética devido às suas distintas percepções éticas. A ênfase desses autores não reside tanto no julgamento ético de uma ação, mas sim nos determinantes do comportamento no processo decisório. Esses determinantes, segundo eles, incluem variáveis como experiência profissional, idade, gênero, fatores pessoais e de negócios, além de influências internas e externas. Cada determinante deve ser avaliado, pois pode influenciar, isoladamente ou em conjunto, o processo de decisão ética do indivíduo.

Hunt e Vitell (1986) introduzem a "Teoria Geral de Ética em Marketing", onde a filosofia moral exerce um fator determinante no processo de tomada de decisão. Ela se divide em visão deontológica, baseada em princípios universais, e visão teleológica, onde o indivíduo escolhe a alternativa que acredita resultar nas melhores consequências para si ou para seu grupo.

No modelo de Treviño (1986), a reação do indivíduo diante de um dilema ético depende do estágio de desenvolvimento moral em que se encontra, mas também é influenciada por características individuais e pela situação específica do momento.

Além disso, Alves (2005) destaca que há uma multiplicidade de fatores que podem interferir no processo de tomada de decisão, e o que é considerado ético por um indivíduo pode não ser visto da mesma forma por outro. Por essa razão, para manter padrões éticos

considerados necessários em empresas, são estabelecidos padrões normativos, como códigos de ética, que desempenham um papel fundamental como guias de conduta no processo de tomada de decisão. Também diz que Rest ampliou o modelo proposto por Kohlberg, adaptando o processo de julgamento moral com casos que o indivíduo necessita tomar uma decisão referente a um dilema moral que ocorra no seu dia a dia.

Pelo estudo de Jones (1991), podemos verificar que a maioria dos modelos de tomada de decisão ética não incorporava as características éticas em si. Com base nos estudos de Rest (1986), Jones então propôs um modelo onde a tomada de decisão ética incorpora o conceito multidimensional de intensidade moral. Esse conceito possui seis dimensões de intensidade moral, que são capazes de influenciar qualquer uma das etapas da tomada de decisão ética de Rest (1986), sendo eles: magnitude das consequências, consenso social, imediatismo temporal, probabilidade do efeito, concentração do efeito e proximidade.

Treviño e Nelson (2020) oferecem uma abordagem prática para a gestão da ética nas organizações, fornecendo orientações claras sobre como os profissionais podem tomar decisões éticas em ambientes corporativos complexos. Os autores destacam a importância de uma cultura ética organizacional, o papel da liderança na promoção de comportamentos éticos e fornecem estudos de caso para ilustrar os desafios práticos enfrentados pelas organizações.

## 2.2 DIMENSÃO ÉTICA

Na análise ética, exploramos questões relacionadas ao que é percebido como correto ou incorreto, benéfico ou prejudicial, justo ou injusto. Essa dimensão ética está presente em diversas esferas da existência, exercendo influência sobre escolhas pessoais, interações sociais, práticas profissionais e até mesmo políticas governamentais. Sua importância é evidente na construção de relações saudáveis, na promoção de um ambiente social equitativo e na garantia da integridade em diferentes áreas da vida. A dimensão ética é objeto de estudo e reflexão contínuos, uma vez que as perspectivas éticas podem variar cultural e temporalmente. A filosofia moral, a ética aplicada e os debates éticos desempenham papéis cruciais na compreensão e na evolução dessa dimensão ética em diversos contextos. Através do modelo de Rest (1986), conseguimos verificar a existência de quatro etapas da dimensão ética, que são sequenciais: 1. a identificação de um dilema ético; 2. o julgamento ético; 3. a intenção ética; 4. o comportamento ético. Conforme abaixo:

**Figura 1 - Etapas da dimensão ética**



**Fonte: Adaptado de Sweeney e Costello (2009)**

A identificação de um dilema ético, de acordo com as considerações de Sweeney e Costello (2009), implica reconhecer que as escolhas morais podem impactar o bem-estar alheio. Jones (1991) adiciona à discussão ao afirmar que a incapacidade de perceber um dilema moral leva a decisões baseadas em princípios diferentes, como os econômicos, por exemplo. Para o estudo, foi considerado a identificação de um dilema ético como reconhecimento.

Após a identificação do dilema ético, a segunda fase consiste na avaliação dos resultados esperados em uma determinada situação, o que orienta o julgamento ético (Sweeney e Costello, 2009). O reconhecimento da dimensão ética e moral de um problema, conforme enfatizado por Jones (1991), pode influenciar os julgamentos, intenções e decisões dos indivíduos.

Uma vez realizado o julgamento ético, o processo avança para a terceira fase da dimensão ética, na qual o indivíduo formula a intenção de agir eticamente (Sweeney e Costello, 2009). De acordo com Jones (1991), essa etapa é crucial, pois a intenção molda o comportamento ético, determinando, em última instância, como o indivíduo se comportará diante do dilema ético.

A última dimensão aborda o comportamento ético, representando a implementação prática da decisão tomada pelo indivíduo (Pereira, 2014). Jones (1991) sugere que esse comportamento ético tende a ser mais frequente em situações de alta intensidade moral do que em casos de baixa intensidade moral. No entanto, ter uma intenção moral não é garantia suficiente de um comportamento ético.

O julgamento ético é uma capacidade cognitiva intrínseca à natureza humana, permitindo a avaliação moral de situações, comportamentos e decisões. Este processo, frequentemente influenciado por teorias éticas diversas, é essencial para a compreensão e análise de ações antiéticas. O julgamento tem raízes profundas em correntes filosóficas que exploram o conceito de moralidade, pela deontologia, ética associada a Kant, focaliza na avaliação da conformidade das ações com princípios éticos universais. A ação antiética refere-se a comportamentos que violam princípios éticos da sociedade e o julgamento desempenha um

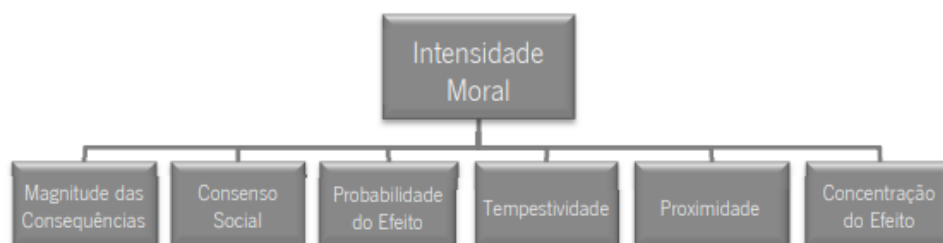
papel crucial na identificação dessas ações, considerando diferentes perspectivas éticas e normativas.

### 2.3 INTENSIDADE MORAL

Intensidade moral se refere à força ou grau de convicção, sentimento ou significado associado a um julgamento moral, uma decisão ética ou uma reação a uma situação moral. Em outras palavras, é a profundidade emocional ou a força do compromisso moral que uma pessoa atribui a uma determinada ação, escolha ou situação ética, pode ser descrito também *como um construto que captura a extensão do imperativo moral relacionado ao problema em uma situação*. (JONES, 1991).

Através do modelo de Jones (1991), podemos verificar que a maioria dos modelos de tomada de decisão ética não incorporava as características éticas em si. Com base nos estudos de Rest (1986), Jones (1991) então propôs um modelo onde a tomada de decisão ética incorpora o conceito multidimensional de intensidade moral. Esse conceito possui seis dimensões de intensidade moral, que são capazes de influenciar qualquer uma das etapas da tomada de decisão ética de Rest (1986). São elas a magnitude das consequências, o consenso social, a probabilidade de efeito, o imediatismo temporal, a proximidade e a concentração do efeito, demonstradas na figura 2.

**Figura 2 - As seis componentes da intensidade moral de Jones (1991)**



**Fonte: Adaptado de Jones (1991)**

A magnitude das consequências é descrita por Jones (1991) como o somatório dos benefícios/prejuízos causados pelo ato moral do indivíduo nos respectivos beneficiários ou

vítimas. Fritzsche (1988) encontrou algum apoio para uma ligação positiva entre consequências sérias e as respostas éticas de gerentes de marketing a vinhetas contendo dilemas morais.

O consenso social é o grau de aceitação social para que um determinado ato seja benéfico ou prejudicial. Alguns grupos de indivíduos possuem certas crenças, valores e ideias semelhantes do que é ético ou não, logo a dúvida de um indivíduo sobre algo que seja moralmente ético ou antiético estará relacionada ao que o grupo em que ela se insere acredita.

A probabilidade de efeito refere-se à chance de que um determinado ato ocorra, juntamente com a probabilidade de que esse ato realmente resulte no benefício ou prejuízo previsto. Por exemplo, vender uma arma a um ladrão conhecido apresenta uma probabilidade mais elevada de causar danos do que vender uma arma a um cidadão que respeita as leis (JONES, 1991). Portanto, quanto maior a probabilidade de a ação causar algum tipo de dano, maior é a propensão das pessoas em avaliar essa ação como antiética.

Imediatismo temporal se refere ao intervalo de tempo entre o comportamento moral e as suas consequências. Quanto mais curto o intervalo de tempo, maior é a tempestividade. Se todas as variáveis permanecerem constantes, a introdução de mais tempo proporciona oportunidades adicionais para intervenções morais, diminuindo a urgência moral associada ao problema em discussão. Pode ser dividido em duas partes, sendo a primeira que as pessoas tendem a desconsiderar impactos que vão acontecer no futuro e a segunda de que como o período de tempo da ação e suas consequências aumentaram, a probabilidade de que o ato aconteça pode causar um declínio nos danos calculados. (JONES, 1991).

Jones (1991) diz que a proximidade diz respeito ao sentimento de proximidade (social, cultural, física ou psicológica) que o agente moral tem em relação aos potenciais vítimas/beneficiários da ação. Sendo uma pessoa próxima (amigos, familiares, cônjuges), os indivíduos terão sua percepção ética alterada, justamente por terem um afeto maior com essas pessoas.

A concentração do efeito de uma ação moral está baseada na quantidade de pessoas afetadas por esse ato em uma determinada magnitude. Sendo Jones (1991), está incluída como uma componente da intensidade moral por se tratar de razões lógicas. Pessoas que tendem a ter maior zelo e carinho por outros, podem facilmente ignorar e rejeitar ordens que vão prejudicar as pessoas.



## 2.4 HONESTIDADE

A honestidade é uma característica fundamental no contexto humano, desempenhando um papel crucial nas interações sociais e nas relações interpessoais. A compreensão da honestidade muitas vezes é explorada através de instrumentos de medida, como as escalas atitudinais, que buscam quantificar as crenças e atitudes das pessoas em relação à honestidade. De acordo com Shaw (2006), a honestidade é intrinsecamente relacionada à integridade moral, sendo um atributo que reflete a consistência entre o que é dito e o que é praticado. Já para Nagel (1978), a honestidade transcende a mera conformidade com normas sociais, representando uma expressão genuína do eu. Putnam (2000) argumenta que a honestidade é um componente essencial na construção e manutenção da confiança social, sendo esta última crucial para o funcionamento saudável das instituições e comunidades.

A honestidade é uma qualidade moral fundamental que envolve a sinceridade, integridade e transparência nas ações e comunicações (Frankena, 1973). É um componente essencial do caráter humano e desempenha um papel vital nas interações sociais e profissionais. Aristóteles, em sua "Ética a Nicômaco", argumenta que a honestidade é uma virtude central. Ele a define como a disposição de dizer a verdade e agir com retidão, sendo um meio-termo entre a falta de franqueza e a brutalidade. Kant, em sua "Fundamentação da Metafísica dos Costumes", destaca a importância de agir de acordo com o imperativo categórico, que exige a honestidade como uma máxima universal. Ele afirma que agir honestamente é agir de acordo com princípios que poderiam ser aceitos por todos.

Um indivíduo honesto não aceita condições falsas, toma decisões considerando princípios e não apenas seus interesses. A honestidade se reflete na atitude sincera em relação aos outros, valorizando a verdade interior e construindo relações pessoais sólidas e sinceras (FREIRE, 2016).

Dan Ariely (2012) em "A Mais Pura Verdade sobre a Desonestidade" realiza estudos desafiando o modelo do crime racional, destacando forças irracionais na desonestidade. Ele mostra que fatores externos, como conflitos de interesses, justificativas para atos desonestos e cansaço, podem influenciar o comportamento. Ariely conclui que a desonestidade é mais influenciada por forças irracionais do que pela racionalidade. A honestidade é frequentemente definida como a qualidade de ser verdadeiro, transparente e íntegro em todas as interações.

A mensuração da honestidade torna-se um desafio, uma vez que envolve aspectos subjetivos e comportamentais. Nesse sentido, escalas atitudinais surgem como instrumentos

valiosos. A Escala de Honestidade de Gneezy e Arat (2011), por exemplo, propõe uma abordagem experimental para avaliar comportamentos honestos em situações práticas.

## 2.5 ÉTICA UTILITARISTA E ÉTICA DEONTOLÓGICA

A discussão sobre ética engloba várias frentes de pensamento dentro de diversas áreas de estudo, porém, existem duas grandes frentes de pensamento, utilitarista e deontológica, que são aceitas por grande parte dos pesquisadores e servem como referência para discussões sobre a ética (BRADY & WHEELER, 1996). A escolha dos termos "deontologismo" e "utilitarismo" neste trabalho, tem como intuito representar um conjunto de ideias cujo ponto central se relaciona, respectivamente, à conformidade e obediência às regras, e à avaliação das consequências de uma decisão específica (BRADY & WHEELER, 1996).

A ética utilitarista, é fundamentada nos princípios do utilitarismo, foi desenvolvida no século XIX por filósofos como Jeremy Bentham e John Stuart Mill, cujas obras influenciaram profundamente o pensamento ético. O utilitarismo baseia-se no princípio da utilidade, que defende a maximização da felicidade ou prazer e a minimização do sofrimento como objetivos éticos fundamentais. O cálculo das consequências torna-se, assim, a pedra angular da tomada de decisão ética no utilitarismo. Esta abordagem pragmática procura atingir o maior benefício global, promovendo a noção de bem-estar coletivo sobre interesses individuais. Um ato será correto se for útil em produzir um fim desejável ou bom (MULGAN, 2012).

A ética deontológica, derivada das ideias de Immanuel Kant e outros pensadores, constitui uma abordagem ética que se distingue pela ênfase no dever moral intrínseco e na consideração dos princípios éticos como guias fundamentais para a tomada de decisões. Ao contrário do utilitarismo, a ética deontológica não avalia a moralidade de uma ação exclusivamente com base em suas consequências, mas sim na conformidade com deveres e princípios éticos. Se um indivíduo estiver agindo de maneira correta, seguindo princípios e regras morais e éticas e mesmo assim as consequências forem negativas, ele agiu eticamente. Immanuel Kant, desenvolveu a ética deontológica em sua obra "Crítica da Razão Prática" onde aborda o conceito do "imperativo categórico", um princípio moral absoluto que exige que uma ação seja universalizável e tratada como um fim em si mesma, não apenas como um meio para atingir um fim desejado. Assim, a ética deontológica enfatiza a autonomia moral e a universalidade das regras éticas.

Existem várias formas e maneiras de classificar o perfil ético dos indivíduos, sendo uma que é bastante aceita e válida, sendo a Survey of Ethical Theoretic Aptitudes (SETA) (BRADY, 1990), que permite identificar os dois perfis utilizados nessa pesquisa, o utilitarismo e o deontologismo. Há estudos que exploram essa escala como uma ferramenta valiosa para profissionais de marketing, sugerindo que consumidores com inclinações éticas deontológicas tendem a ser mais leais a determinadas marcas (LOVE, STATON & ROTMAN, 2016). Para uso nesta pesquisa, a escolha foi da Survey of Ethical Theoretic Aptitudes (SETA) (BRADY, 1990) e foi motivada pela sua comprovada eficácia e por cumprir sua proposta fundamental: classificar os indivíduos entre deontológicos e utilitaristas.

A crença na honestidade e a orientação ética desempenham papéis cruciais no reconhecimento e julgamento de ações antiéticas, moldando a maneira como indivíduos percebem e avaliam comportamentos moralmente questionáveis. Quando alguém tem uma crença sólida na honestidade, geralmente está mais inclinado a detectar prontamente ações que vão contra esses princípios. Essa convicção na integridade cria uma espécie de filtro ético, onde a sensibilidade para identificar comportamentos antiéticos é aguçada.

Da mesma forma, a orientação ética de uma pessoa influencia diretamente seu processo de julgamento em relação a ações antiéticas. Indivíduos com uma sólida base ética tendem a aplicar padrões morais mais rigorosos ao avaliar comportamentos alheios. Isso pode resultar em uma postura menos tolerante em relação a ações consideradas antiéticas, uma vez que a perspectiva ética orienta a interpretação e o peso atribuído a diferentes aspectos da situação.

Um exemplo prático seria imaginar duas pessoas testemunhando o mesmo ato antiético. Aquela que valoriza profundamente a honestidade pode sentir uma indignação mais imediata, enquanto alguém menos comprometido com princípios éticos pode ser mais tolerante ou menos propenso a julgar negativamente a ação. A crença na honestidade e a orientação ética, portanto, atuam como lentes que moldam a percepção individual e influenciam diretamente como as ações antiéticas são reconhecidas e julgadas.

### 3 METODOLOGIA

Este capítulo tem como objetivo detalhar o processo metodológico envolvido no estudo de caso. Formataado como estudo descritivo, será dividido em cinco partes: população e amostra, delineamento e construção das vinhetas, variáveis, procedimento de tratamento e análise de dados e aspectos éticos envolvidos na condução da pesquisa.

#### 3.1 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A condução efetiva e precisa da pesquisa depende de dois elementos fundamentais: a população e a amostra. De acordo com Santos (2008), a população refere-se a um conjunto de indivíduos nos quais o estudo incide, compartilhando uma ou mais características. Por outro lado, a amostra representa um subconjunto específico dessa população. Creswell (2013) destaca a importância crucial da seleção apropriada da amostra em estudos de pesquisa. Ele ressalta que a amostragem desempenha um papel fundamental na validade e na generalização dos resultados obtidos em uma pesquisa. Creswell (2013) enfatiza que uma amostra representativa, escolhida de maneira cuidadosa e estratégica, é essencial para garantir que as conclusões derivadas da análise dos dados possam ser extrapoladas de maneira confiável para a população maior da qual a amostra foi extraída.

A pesquisa tinha como objetivo entender o comportamento dos indivíduos em relação a dilemas éticos e por isso, e por isso incidiu em todas as pessoas que fossem maiores de idade e concordaram em participar voluntariamente.

A coleta de dados foi realizada através da plataforma *Google Forms* durante o período do dia 24/10/2023 com término no dia 17/11/2023. Com o intuito de alcançar o maior número de respostas, o link da pesquisa foi compartilhado em grupos de *WhatsApp* com alunos da Universidade de Brasília, divulgado em mídias sociais e solicitado para que os participantes compartilhassem e divulgassem a pesquisa com seus contatos.

A pesquisa teve um total de 104 questionários respondidos. Existia uma pergunta de controle para verificar a atenção e confiabilidade nas respostas. Nela, todos os respondentes selecionaram a alternativa correta e por isso a pesquisa contou com 104 respostas válidas.

A média de idade dos participantes foi de 40 anos, tendo participantes com idades de 19 a 76 anos. Dos 104 participantes, 60 (57,7%) se declararam do gênero masculino e 44 (42,3%) do gênero feminino. Quanto à raça/etnia, seguindo as categorias utilizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 64% afirmaram ser brancos, 26% pardos, 9% pretos e 1% amarelo. No aspecto da atividade profissional, 29% declararam ser trabalhadores em empresas privadas, 29% como funcionários público ou militar, 22% como estudante/estagiário/trainee e os outros 20% se dividiram em: trabalhadores autônomos, por conta própria e liberais (médicos, contadores etc.); empregador/empresário; desempregado; aposentado; temporário; doméstico; pensionista e professor por contrato.

### 3.2 DELINEAMENTO E CONSTRUÇÃO DAS VINHETAS

O estudo consistiu em quatro etapas. Na primeira etapa, os respondentes foram apresentados a dois cenários diferentes, cada um representando uma situação em que existe um dilema ético e de julgamento moral. Na segunda etapa, os respondentes foram apresentados a dez questões objetivas que apresentavam atitudes desonestas e foi solicitado aos participantes que classificassem as atitudes de acordo com suas crenças sobre honestidade. A terceira etapa consistiu em os participantes responderem a *Survey of Ethical Theoretic Aptitudes* (SETA), que através das respostas consegue prever um perfil mais utilitarista ou deontológico do respondente. Na quarta e última etapa do experimento, foram apresentadas algumas questões de perfil social e demográfico com o intuito de entender melhor o perfil dos respondentes e a pergunta de controle para verificar a atenção e obter confiabilidade nas respostas dos participantes. Para fins de visualização completa da pesquisa disponibilizada aos respondentes, está disposta no apêndice, uma cópia do questionário.

Para a construção das vinhetas, teve-se a criação dos cenários que envolviam dilemas éticos e morais. Os cenários 1 e 2 foram adaptados de Silva (2015) pelo autor a fim de fazerem mais sentido com a área da administração e com as características brasileiras, uma vez que o trabalho de Silva (2015) foi voltado para estudantes de ciências contábeis e em Portugal. O uso de cenários para identificar a percepção e julgamento moral dos indivíduos também foi usado

por Sweeney e Costello (2009) que os adotou do estudo de Flory e Phillips (1992) que também foram usados por Leitsch (2004; 2006). De acordo com Sweeney e Costello (2009), esses tópicos são vistos como exemplares das situações frequentes no ambiente de trabalho. Mesmo que os estudantes não experimentem diretamente as pressões do mundo profissional, acredita-se que a formação acadêmica deve prepará-los para os dilemas comuns na prática profissional. As vinhetas utilizadas estão descritas a seguir e para cada uma delas é proposta uma ação:

### **Cenário 1**

*Pedro é gerente de uma empresa de pequeno porte que possui rendimentos significativos e cerca de 50 funcionários. Nos últimos trimestres, a empresa vem sofrendo bastante para atingir suas metas e não tendo bons resultados financeiros.*

*Pedro enfrenta pressão de seus superiores para aumentar os lucros trimestrais, uma vez que estes estão sofrendo pressão dos acionistas da empresa, que esperam receber seus dividendos.*

*A solução para a pressão de seus superiores e dos acionistas, será apresentar variações significativas nos rendimentos nos próximos relatórios financeiros, alterando os valores reais. Pedro sabe que essa ação é ilegal e pode causar sérios problemas para si e para a empresa, porém também entende que é a única forma de manter seu trabalho.*

***Ação: Pedro faz a alteração de valores em alguns relatórios financeiros, sem que as mudanças sejam percebidas.***

### **Cenário 2**

*Carlos é dono de um dos melhores restaurantes de sua cidade. Tem cerca de 60 colaboradores, entre as mais diversas faixas etárias e das mais diversas classes econômicas. Como o restaurante sempre tem muito lucro, Carlos atribui todos os anos, um prêmio a cada trabalhador no valor de dois salários mensais.*

*Com o aumento de despesas fiscais associadas a políticas de cortes de gastos e aumento de impostos do governo, os salários líquidos dos colaboradores diminuíram e estes perderam poder de compra. Diretamente relacionado com este fato, teve-se pedidos de adiantamento, bem como uma redução genérica da motivação e da assiduidade.*

*Em reunião geral de trabalhadores, a maioria pediu a Carlos, que pagasse o prêmio sem o recibo de vencimento, de forma que não estariam sujeitos a impostos e outras taxas, melhorando pontualmente as condições humanas e financeiras das famílias.*

*Carlos não suporta ver seus colaboradores passando por dificuldades, então questionou seu contador sobre essa possibilidade e foi informado que não poderia realizar tal*

*ação por motivos legais e que essa opção também iria originar distorções nas demonstrações financeiras.*

***Ação: Carlos pagou os prêmios sem qualquer recibo.***

### 3.3 VARIÁVEIS

**Reconhecimento** é o ato de identificar ou aceitar algo ou alguém previamente conhecimento, atribuindo-lhe um status de validação. Para mensurá-lo, serão utilizadas as escalas de dimensão ética (REST, 1986) e de intensidade moral (JONES, 1991).

**Julgamento** é a capacidade humana de avaliar, formar opiniões ou tomar decisões com base em critérios morais, éticos, lógicos ou emocionais. Para sua mensuração, serão utilizadas as escalas de dimensão ética (REST, 1986) e de intensidade moral (JONES, 1991).

Após cada um dos cenários, os respondentes foram apresentados a nove afirmativas, onde deveriam indicar seu grau de concordância através de uma escala Likert de 7 pontos, variando de “1” (Discordo totalmente) até “7” (Concordo totalmente). Com base no processo de tomada de decisão ética de Rest (1986) e na intensidade moral de Jones (1991) foi criada a parte das afirmativas para compreender como as etapas da dimensão ética se relacionam com a intensidade moral e a tomada de decisão ética em decisões de gestão. O cenário 2 possui as mesmas nove afirmativas, alterando apenas o nome do envolvido.

As três primeiras afirmativas apresentadas medem as três primeiras etapas de dimensão ética do modelo de Rest (1986), sendo elas, respectivamente, a identificação de um dilema ético, o julgamento ético e as intenções éticas, conforme figura 2. A última etapa da dimensão ética não foi incorporada à pesquisa, devido à dificuldade de mensurar o comportamento real do indivíduo, conforme observado por Sweeney e Costello (2009). Para as outras seis afirmações, teve-se como base o modelo das componentes de intensidade moral de Jones (1991). As seis dimensões utilizadas foram a magnitude das consequências, consenso social, probabilidade do efeito, tempestividade, proximidade e concentração do efeito.

**Tabela 1 - Etapas da dimensão ética e componentes da intensidade moral**

<b>Afirmativa</b>	<b>Etapas da dimensão ética</b>
O cenário descrito envolve um dilema ético.	Identificação de um dilema ético
Pedro não deveria realizar a ação proposta no cenário.	Julgamento ético
Agiria da mesma forma que Pedro no cenário descrito.	Intenções éticas
<b>Afirmativa</b>	<b>Componentes da intensidade moral</b>
Os danos (caso haja) resultantes da ação de Pedro seriam muito grandes.	Magnitude das consequências
A maioria das pessoas concorda que a ação de Pedro está errada.	Consenso social
Existe uma pequena probabilidade que a ação de Pedro vá realmente causar qualquer dano.	Probabilidade do efeito
A ação de Pedro não vai causar nenhum dano em um futuro próximo.	Imediatismo temporal
Se Pedro possui relação de amizade ou parentesco com as possíveis vítimas de sua ação, ele estaria errado em fazê-la.	Proximidade
A ação de Pedro irá prejudicar poucas pessoas (se prejudicar alguma).	Concentração do efeito

**Fonte: adaptado de Jones (1981) e Sweeney e Costello (2009).**

**Crença na honestidade** pode ser descrita como a predisposição de confiar e aderir a princípios éticos e morais, recusando-se a enganar, trapacear ou fraudar. Para se mensurar, fez o uso da escala de crença na honestidade (GONÇALVES, 2019) com o intuito de medir o nível de honestidade de cada indivíduo.

Os respondentes foram apresentados a dez questões objetivas que apresentavam atitudes desonestas. Foi solicitado aos participantes que classificassem as atitudes de acordo com suas crenças sobre honestidade, que estavam divididas em uma escala Likert de 4 pontos, sendo eles: “honesta”, “pouco desonesta”, “muito desonesta” ou “extremamente desonesta”. A escala utilizada foi baseada no estudo de Gonçalves (2019), que teve como inspiração o estudo realizado por Hugh-Jones (2016) onde o autor, com base nas perguntas de honestidade criadas por Whiteley (2012), analisou a crença sobre honestidade de indivíduos com o crescimento econômico em 15 países diferentes. As dez atitudes desonestas foram as seguintes:

1. *Desviar milhões de dinheiro público que seriam destinados à merenda escolar;*



2. *Usar empresas de fachada para lavar dinheiro;*
3. *Não declarar imposto de renda;*
4. *Subornar um guarda para não ganhar uma multa;*
5. *Praticar nepotismo (favoritismo para com parentes, especialmente pelo poder público);*
6. *Furar a fila;*
7. *Conseguir uma maneira de pagar menos impostos sem que o governo perceba;*
8. *Estacionar em uma vaga de deficiente por 10 minutos;*
9. *Aceitar R\$ 2,00 a mais de troco;*
10. *Falsificar carteirinha de estudante*

**Utilitarismo** pode ser entendido como uma abordagem ética que baseia a moralidade na maximização da felicidade ou do bem-estar geral. Uma ação será considerada ética se produzir a maior quantidade de felicidade para o maior número de pessoas. Para mensurá-lo, será utilizado o Survey of Ethical Theoretic Aptitudes (SETA) de Brady (1990), que irá definir o perfil utilitarista ou deontológico do indivíduo.

A escala original, foi elaborada na língua inglesa e foi traduzida por Silva (2020), sendo esta utilizada no questionário. A pesquisa SETA é dividida em quinze situações em que cada uma possui duas alternativas (a e b), onde os respondentes devem escolher com qual se identificam mais. As questões possuem pontuações que ao final é possível caracterizar o participante em uma das categorias de utilitarismo: “extremamente deontológico”, “levemente deontológico”, “neutro”, “levemente utilitarista” e “extremamente utilitarista”. A seguir, a escala apresentada:

**1) As atitudes das pessoas devem ser avaliadas em termos de serem:**

- a) *boas ou ruins.*
- b) *certas ou erradas.*

**2) Ao se tomar uma decisão, do ponto de vista ético, deve-se atentar para:**

- a) *a consciência das pessoas.*
- b) *as necessidades, desejos e vontades dos outros.*

**3) As soluções para problemas éticos geralmente:**

- a) *possuem certa flexibilidade.*
- b) *são inflexíveis, ou seja, algo simplesmente é ou não é ético.*

**4) Para a sociedade, é mais importante:**

a) seguir suas tradições, buscando a estabilidade e a manutenção de sua identidade.

b) se adaptar às novas condições e mudanças globais.

**5) Ao se pensar em problemas éticos, é preferível:**

a) Buscar alternativas práticas e úteis.

b) Fazer ponderações sobre o que é ético ou não.

**6) Quando as pessoas discordam sobre algum tipo de problema ético, eu busco:**

a) Pontos em comum entre elas.

b) Soluções viáveis.

**7) Mentir é errado porque:**

a) Pode ter consequências desagradáveis.

b) Simplesmente não é correto alguém mentir.

**8) Entre as duas atividades abaixo, prezo mais por:**

a) Um juiz sábio, que aplica a lei com retidão e imparcialidade.

b) Um legislador benevolente, que busca uma vida melhor para todos.

**9) Eu gostaria de ser reconhecido(a) como uma pessoa que:**

a) Conquistou e realizou muitas coisas.

b) É íntegra e possui princípios.

**10) O objetivo principal da Ciência deve ser:**

a) Descobrir a verdade sobre as coisas.

b) Resolver os problemas existentes.

**11) Ser mentiroso é uma questão de:**

a) Do quanto a pessoa mente.

b) De mentir ou não mentir.

**12) Um país deve interessar-se mais:**

a) Pelo seu legado e suas raízes.

b) Pelo seu potencial e seu futuro.

**13) É mais importante:**

a) Conseguir o que quer.

b) Fazer as coisas de forma digna.

**14) Um comportamento antiético é melhor descrito como:**

a) Uma infração à lei.

b) A causa de algum tipo de dano.

**15) O objetivo principal de um governo deve ser:**

a) Promover as melhores condições de vida para seus cidadãos.

*b) Garantir a justiça e um tratamento igual para todos.*

Para se calcular a pontuação de cada participante e posteriormente enquadrá-lo em uma das categorias, deve-se seguir as seguintes regras:

*a) Total de questões de número par respondidas com a opção “a”.*

*b) Total de questões de número ímpar respondidas com a opção “b”.*

*c) Score final: Soma dos itens (a) e (b) – 8.*

Com o resultado, o participante pode ser classificado como:

- +7, +6, +5: "extremamente utilitarista"
- +4, +3, +2: "levemente utilitarista"
- +1, 0, -1: "neutro"
- -2, -3, -4: "levemente deontológico"
- -5, -6, -7: "extremamente deontológico"

### 3.4 PROCEDIMENTOS DE TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

Após o fim da rodagem do questionário, os dados foram exportados para uma planilha em *Excel*, em seguida, foram codificados e processados na plataforma *JASP*. Após o processamento dos dados, foram feitas análises com o intuito de compreender as informações e definir os resultados do experimento.

A primeira análise realizada foi a Análise de Componentes Principais (ACP), que é uma técnica da estatística multivariada que consiste em transformar um conjunto de variáveis originais em outro conjunto de variáveis da mesma dimensão denominadas de componentes principais. Tem o intuito de maximizar uma possível informação e variação dos dados das variáveis originais, reduzindo as variáveis originais em conjuntos menores. (MEYERS, GAMST e GUARINO, 2013). O PCA foi utilizado nos Cenários 1 e 2 e também na escala de crença na honestidade. A primeira parte da análise consiste em ajustá-la, sendo feito o Kaiser-Meyer-Olkin Test (KMO) e o Bartlett's Test. O ideal é que o KMO (MSA geral) seja maior que 0,7, porém em casos de amostras pequenas é aceito que seja maior que 0,6 para ser válido. Já no Bartlett's Test, o p-value precisa ser menor de 0,05 para estar ajustado e válido. Na segunda

parte, define-se o número de componentes e é gerada uma tabela de cargas dos componentes, que separa as variáveis originais em agrupamentos menores, onde estes possuem uma maior correlação entre as variáveis originais. A terceira parte, serve para definir quais variáveis pertencem a cada componente, para isso, deve-se escolher as que apresentam uma carga fatorial superior a 0,4 e quanto maior a carga fatorial, mais variável estará relacionada a determinado componente. Foi utilizado o método de rotação varimax, que ajusta os fatores como não correlacionados usando um ângulo reto de rotação. A quarta parte, consiste em analisar a confiabilidade de cada componente e pode ser definida como a extensão em que uma variável ou um conjunto de variáveis é consistente com o que se pretende medir (HAIR et al, 2005). Foram realizados os testes do ômega de McDonald's e do alfa de Cronbach's, onde os componentes serão confiáveis se os valores forem maiores que 0,7. Por fim, são definidas as variáveis que compõem cada um dos componentes.

A segunda análise realizada foi a de Correlação de Pearson, que avalia o relacionamento de duas variáveis quantitativas. Consiste em inspecionar o diagrama de dispersão e depois analisar o teste estatístico do coeficiente  $r$  de Pearson. O coeficiente de correlação varia de 0 a 1 (positivo ou negativo) e quanto maior o valor maior será sua força. (DANCEY e REIDY, 2006). Nessa análise, foram correlacionadas as dimensões de reconhecimento e julgamento de cada um dos cenários, a crença na honestidade, o SETA, a idade e a renda familiar.

A terceira e última análise realizada foi a de regressão linear, que tem como objetivo calcular o valor de uma variável com base no valor de uma outra. O método consiste em usar os Mínimos Quadrados Ordinários, que é uma técnica matemática que visa encontrar o melhor ajuste para um conjunto de dados minimizando a soma dos quadrados das diferenças entre o valor estimado e os dados observados.  $R^2$  representa a soma dos quadrados do modelo e quanto maior for, menor será o erro. Nessa análise, foram feitas a regressão linear das dimensões de reconhecimento e julgamento de cada um dos cenários.

### 3.5 ASPECTOS ÉTICOS ENVOLVIDOS NA CONDUÇÃO DA PESQUISA

Durante a condução do questionário, foi informado aos respondentes os objetivos de sua participação, e o caráter voluntário do estudo, deixando claro que a qualquer momento poderia parar de responder e que seus dados pessoais não seriam computados. A pesquisa foi realizada com as respostas com caráter anônimo e que seriam utilizadas exclusivamente para fins

acadêmicos da produção desta pesquisa. A análise e conclusão desta pesquisa foram realizadas seguindo as evidências e dados resultantes dela, sem a manipulação dos resultados.

## 4 RESULTADOS

Neste capítulo, serão apresentados os resultados da pesquisa após o procedimento de tratamento e análise descritos na seção anterior.

### 4.1 ANÁLISE DE COMPONENTES PRINCIPAIS

Para os dados dos cenários 1 e 2 e sobre a crença na honestidade, foi utilizada a Análise de Componentes Principais (ACP) com o intuito de avaliar a dimensionalidade e confiabilidade de cada construto com os itens utilizados.

No cenário 1, o KMO (MSA geral) foi de 0.656 sendo aceitável já que a amostra do experimento foi pequena, o *p-value* do *Bartlett's* foi de 0.001, o que significa que foi significativo já que o valor foi menor de 0,05. Já no cenário 2, o MSA geral foi de 0.730 o que se enquadra dentro do padrão e está ideal, o *p-value* do *Bartlett's* também foi de 0.001 o que indicou significância, conforme mostrado abaixo:

**Tabela 2 - KMO Cenário 1**

	<b>MSA</b>
MSA geral	0.656
C1.1	0.589
C1.2	0.638
C1.3	0.683
C1.4	0.682
C1.5	0.752
C1.6	0.678
C1.7	0.673
C1.8	0.449
C1.9	0.632

**Fonte: Dados da pesquisa**

**Tabela 3 - KMO Cenário 2**

	<b>MSA</b>
MSA geral	0.730
C2.1	0.502
C2.2	0.758
C2.3	0.802
C2.4	0.824
C2.5	0.670
C2.6	0.587
C2.7	0.755
C2.8	0.732
C2.9	0.798

**Fonte: Dados da pesquisa**

Pela Análise das Componentes Principais, obteve-se a origem de dois componentes. Para a compreensão e análise dos resultados aqui expostos, foi atribuído um nome para esses componentes, sendo o componente 1 referido como **reconhecimento** e o componente 2 como **juízo**. O cenário 1, se dividiu em dois componentes, sendo o reconhecimento agrupando as afirmações 3, 6, 7 e 9 que eram, respectivamente, intenções éticas, probabilidade do efeito, imediatismo temporal e concentração do efeito. O juízo agrupou-se com as afirmações 1, 2, 4 e 5 que eram, respectivamente, identificação de um dilema ético, juízo ético, magnitude das consequências e consenso social. A afirmação 8 (proximidade) foi excluída pela ACP no cenário 1 por não apresentar correlação com as demais, conforme mostrado abaixo:

**Tabela 4 - Componentes do Cenário 1**

	<b>PC1</b>	<b>PC2</b>	<b>Singularidade</b>
C1.1		0.652	0.559
C1.2		0.800	0.325
C1.3	0.626		0.575
C1.4		0.683	0.470
C1.5		0.605	0.632
C1.6	0.713		0.446
C1.7	0.781		0.363
C1.8			0.891
C1.9	0.675		0.542

**Fonte: Dados da pesquisa**

Depois de realizada a rotação pelo método varimax, obteve-se que a variância explicada pelo componente 1 foi de 23,4% e a do componente 2 foi de 23,2% e juntos tiveram uma variância de 46,6% conforme mostrado na Tabela 5.

**Tabela 5 - Variância explicada dos componentes no Cenário 1**

	Unrotated solution			Rotated solution		
	Autovalor	Variável proporcional	Cumulativo	Soma das cargas ao quadrado	Variável proporcional	Cumulativo
Component 1	2.384	0.265	0.265	2.107	0.234	0.234
Component 2	1.813	0.201	0.466	2.090	0.232	0.466

**Fonte: Dados da pesquisa**

Para garantir a confiabilidade de cada um dos componentes, foi realizada a análise de confiabilidade unidimensional com os testes do ômega de *McDonald's* e com o alfa de *Cronbach's*. Ambos os componentes tiveram  $\omega$  e  $\alpha$  superiores a 0.6 o que demonstra que as escalas são razoavelmente confiáveis, conforme mostrado abaixo:

**Tabela 6 - Confiabilidade do componente 1 do Cenário 1**

Estimativa	McDonald's $\omega$	Cronbach's $\alpha$
Estimativa Pontual	0.655	0.648
95% IC limite inferior	0.532	0.563
95% IC limite superior	0.757	0.720

**Fonte: dados da pesquisa**

**Tabela 7 - Confiabilidade do componente 2 do Cenário 1**

Estimativa	McDonald's $\omega$	Cronbach's $\alpha$
Estimativa Pontual	0.680	0.659
95% IC limite inferior	0.551	0.574
95% IC limite superior	0.785	0.729

**Fonte: dados da pesquisa**

O cenário 2 também se dividiu em dois componentes e para a compreensão e análise dos resultados aqui expostos, foi atribuído um nome para esses componentes, sendo o



componente 1 referido como **reconhecimento** e o componente 2 como **juízo**. Sendo o reconhecimento agrupado com as mesmas afirmações do que o cenário 1, sendo elas as 3, 6, 7 e 9 que eram, respectivamente, intenções éticas, probabilidade do efeito, imediatismo temporal e concentração do efeito. Porém, no cenário 2, a afirmação 8 não foi excluída e na verdade ela compôs o juízo, que ficou agrupado com as afirmações 1,2, 4, 5 e 8, que eram, respectivamente, identificação de um dilema ético, juízo ético, magnitude das consequências, consenso social e proximidade. A inclusão da afirmação 8 neste componente pode indicar que os respondentes do questionário foram afetados com a questão da proximidade na situação exposta, uma vez que o cenário apresentava que as possíveis vítimas da ação seriam os trabalhadores do restaurante. Os componentes do cenário 2 podem ser visualizados abaixo:

**Tabela 8 - Componentes do Cenário 2**

	<b>PC1</b>	<b>PC2</b>	<b>Singularidade</b>
C2.1		0.570	0.673
C2.2	-0.473	0.656	0.347
C2.3	0.758		0.300
C2.4		0.550	0.610
C2.5		0.648	0.570
C2.6	0.749		0.309
C2.7	0.770		0.319
C2.8		0.676	0.534
C2.9	0.759		0.424

**Fonte: dados da pesquisa**

Depois de realizada a rotação pelo método varimax, obteve-se que a variância compartilhada pelos itens do componente 1 foi de 29,2% e a do componente 2 foi de 25,3% e juntos tiveram uma variância de 54,6%, apresentando uma maior correlação entre as variáveis do que no cenário 1, conforme mostrado na tabela 9:

Tabela 9 - Variância explicada dos componentes no Cenário 2

	Unrotated solution			Rotated solution		
	Autovalor	Variável proporcional	Cumulativo	Soma das cargas ao quadrado	Variável proporcional	Cumulativo
Component 1	3.146	0.350	0.350	2.632	0.292	0.292
Component 2	1.766	0.196	0.546	2.280	0.253	0.546

Fonte: dados da pesquisa

Para garantir a confiabilidade de cada um dos componentes, foi realizada a análise de confiabilidade unidimensional com os testes do ômega de *McDonald's* e com o alfa de *Cronbach's*. O componente 1 teve  $\omega$  e  $\alpha$  superiores a 0.7 o que significa que a escala é confiável. Já o componente 2 teve  $\omega$  e  $\alpha$  superiores a 0.6 o que demonstra que a escala é razoavelmente confiável, conforme mostrado abaixo:

Tabela 10 - Confiabilidade do componente 1 do Cenário 2

Estimativa	McDonald's $\omega$	Cronbach's $\alpha$
Estimativa Pontual	0.772	0.767
95% IC limite inferior	0.676	0.710
95% IC limite superior	0.843	0.815

Fonte: dados da pesquisa

Tabela 11 - Confiabilidade do componente 2 do Cenário 2

Estimativa	McDonald's $\omega$	Cronbach's $\alpha$
Estimativa Pontual	0.663	0.652
95% IC limite inferior	0.540	0.570
95% IC limite superior	0.764	0.722

Fonte: dados da pesquisa

A Análise de Componentes Principais foi utilizada na escala de crença na honestidade, onde teve-se um KMO (MSA geral) de 0.839, o que é ótimo. O *p-value* de *Bertlett's* ficou ajustado por ser menor que 0,05.

**Tabela 12 - KMO Honestidade**

	<b>MSA</b>
Overall MSA	0.839
H1	0.646
H2	0.786
H3	0.816
H4	0.880
H5	0.906
H6	0.876
H7	0.838
H8	0.888
H9	0.781
H10	0.828

**Fonte: dados da pesquisa**

A escala teve apenas um componente formado, onde se teve a presença de todas as questões, com exceção da primeira. A variância explicada desse componente foi de 50,6% e pela análise de confiabilidade unidimensional constatou-se que a escala é confiável já que  $\omega$  e  $\alpha$  foram superiores a 0,7.

A exclusão da primeira questão, que era sobre desviar milhões de dinheiro público que seriam destinados à merenda escolar, pode ter sido por motivos regionais, já que grande parte dos respondentes julgaram que essa foi uma atitude extremamente desonesta. Talvez se a pesquisa for realizada em outro país, essa questão poderá fazer parte do componente.

**Tabela 13 - Componentes escala de Honestidade**

	<b>PC1</b>	<b>Uniqueness</b>
H1		0.919
H2	0.555	0.692
H3	0.821	0.325
H4	0.779	0.393
H5	0.697	0.515
H6	0.739	0.454
H7	0.827	0.315
H8	0.726	0.473
H9	0.692	0.522
H10	0.815	0.335

**Fonte: dados da pesquisa**

**Tabela 14 - Variância explicada na escala de Honestidade**

	Unrotated solution			Rotated solution		
	Eigenvalue	Proportion var.	Cumulative SumSq.	Loadings	Proportion var.	Cumulative
Component 1	5.058	0.506	0.506	5.058	0.506	0.506

Fonte: dados da pesquisa

**Tabela 15 - Confiabilidade da escala de Honestidade**

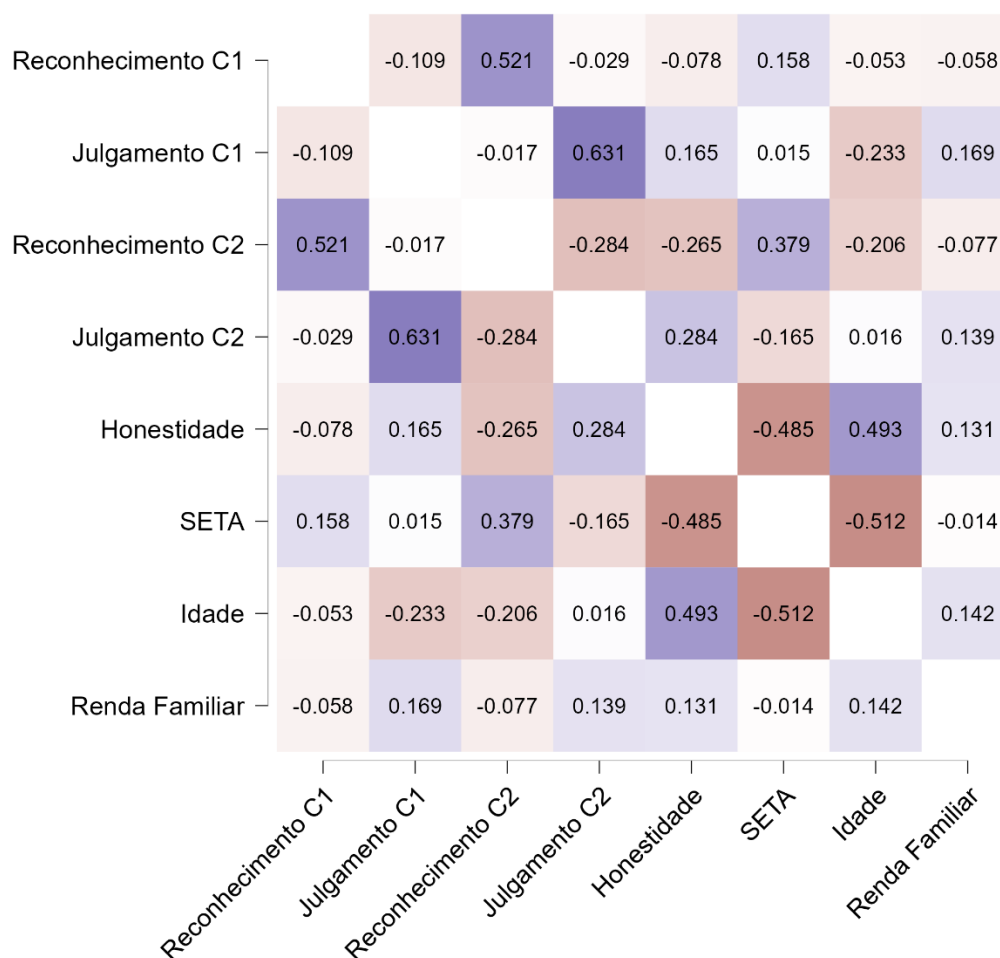
Estimate	McDonald's $\omega$	Cronbach's $\alpha$
Point estimate	0.907	0.898
95% CI lower bound	0.875	0.877
95% CI upper bound	0.932	0.917

Fonte: dados da pesquisa

#### 4.2 CORRELAÇÃO DE PEARSON

Foi utilizada a correlação de Pearson para avaliar a correlação entre as variáveis presentes no estudo: reconhecimento e julgamento (cenários 1 e 2), crença na honestidade, SETA, idade e renda familiar conforme figura a seguir:

**Figura 3 - Mapa de Calor de Pearson**



**Fonte: Dados da pesquisa**

Com os resultados, é possível inferir que existe uma forte correlação entre o reconhecimento nos dois cenários (0,521) e no julgamento de ambos os cenários (0,631). Isso significa que em ambos os cenários os respondentes perceberam que estavam enfrentando uma situação de dilema ético e souberam como identificar e lidar com essa situação. Também se apresentou uma correlação entre a idade dos indivíduos e a honestidade (0,493) e podemos ver que indivíduos que apresentam uma maior idade, ou seja, que tiveram mais experiências e vivências, tendem a ser mais honestos do que indivíduos mais novos. Entre a crença na honestidade e a SETA apresentou-se um índice negativo (-0,485), que nos indica que indivíduos que acreditam na honestidade acabam tendo um perfil deontológico. A idade dos indivíduos e o SETA (-0,512) nos mostra que indivíduos mais novos acabam sendo mais utilitaristas.

É válido sinalizar também a correlação entre a SETA e o reconhecimento no cenário 2 (0,379) que significa que indivíduos utilitaristas tiveram uma maior facilidade de reconhecer que a situação representava um dilema ético. Isso faz total sentido, visto que o cenário 2 aborda

uma situação em que funcionários poderiam ser prejudicados pela ação tomada do decisor, e logo os respondentes que possuem perfil utilitarista identificaram que a situação iria atingir um benefício global e resultar num fim desejável ou bom (MULGAN, 2012).

#### 4.3 REGRESSÃO LINEAR

A análise de regressão linear foi utilizada nas dimensões de reconhecimento e julgamento dos cenários 1 e 2 com o intuito de tentar explicá-las por meio das variáveis de idade, SETA, honestidade, renda familiar e em gênero.

O reconhecimento no primeiro cenário não pode ser explicado através das variáveis, já que seu  $R^2$  foi de 0.031 e para se ter um efeito significativo, o *p-value* da ANOVA, que foi de 0.686, deveria ter sido menor de 0,05 (Tabelas 16 e 17). Nenhuma das variáveis exerceu influência significativa para explicar o reconhecimento dos indivíduos no primeiro cenário (Tabela 18).

**Tabela 16 - Regressão Linear - Reconhecimento Cenário 1**

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	RMSE
H <sub>0</sub>	0.000	0.000	0.000	1.284
H <sub>1</sub>	0.175	0.031	-0.019	1.297

Fonte: dados da pesquisa

**Tabela 17 – Regressão Linear ANOVA – Reconhecimento Cenário 1**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H <sub>1</sub>	Regression	5.199	5	1.040	0.619	0.686
	Residual	164.741	98	1.681		
	Total	169.940	103			

Fonte: dados da pesquisa

Tabela 18 – Regressão Linear Coeficientes – Reconhecimento Cenário 1

Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized <sup>a</sup>	t	p	Collinearity Statistics	
							Tolerance	VIF
H <sub>0</sub>	(Intercept)	2.601	0.126		20.650	< .001		
H <sub>1</sub>	(Intercept)	2.906	0.873		3.331	0.001		
	Renda Familiar	-0.057	0.109	-0.055	-0.524	0.602	0.889	1.124
	SETA	0.076	0.052	0.179	1.460	0.148	0.658	1.519
	Idade	0.004	0.011	0.052	0.418	0.677	0.650	1.539
	Gênero (Masculino)	-0.064	0.275		-0.234	0.815	0.878	1.139
	Honestidade	-0.031	0.269	-0.015	-0.117	0.907	0.641	1.561

Fonte: dados da pesquisa

Porém, o reconhecimento no segundo cenário teve uma explicação pelas variáveis, seu R<sup>2</sup> foi de 0.157 e o *p-value* da ANOVA foi de 0.004, o que indica que as variáveis explicam 15,7% e possuem efeito significativo do reconhecimento dos indivíduos nessa ocasião (Tabelas 19 e 20). Como pode ser visto na Tabela 21, Renda, honestidade e gênero apresentaram efeitos negativos para explicar o reconhecimento e a SETA apresentou um efeito positivo e significativo (0.004). Logo, podemos concluir que indivíduos que possuem um SETA *score* mais elevado (utilitaristas) tendem a reconhecer e perceber uma situação complexa que envolve um dilema ético.

Tabela 19 - Regressão Linear - Reconhecimento Cenário 2

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	RMSE
H <sub>0</sub>	0.000	0.000	0.000	1.474
H <sub>1</sub>	0.397	0.157	0.114	1.387

Fonte: dados da pesquisa

Tabela 20 - Regressão Linear ANOVA - Reconhecimento Cenário 2

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H <sub>1</sub>	Regression	35.204	5	7.041	3.660	0.004
	Residual	188.517	98	1.924		
	Total	223.721	103			

Fonte: dados da pesquisa

Tabela 21 - Regressão Linear Coeficientes – Reconhecimento Cenário 2

Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized <sup>a</sup>	t	p	Collinearity Statistics	
							Tolerance	VIF
H <sub>0</sub>	(Intercept)	3.413	0.145		23.620	< .001		
H <sub>1</sub>	(Intercept)	4.805	0.933		5.147	< .001		
	Renda Familiar	-0.062	0.116	-0.053	-0.535	0.594	0.889	1.124
	SETA	0.165	0.055	0.340	2.975	0.004	0.658	1.519
	Idade	0.003	0.011	0.030	0.262	0.794	0.650	1.539
	Gênero (Masculino)	-0.102	0.294		-0.346	0.730	0.878	1.139
	Honestidade	-0.288	0.288	-0.116	-1.000	0.320	0.641	1.561

Fonte: dados da pesquisa

Para a dimensão de julgamento, no primeiro cenário as variáveis de idade, SETA, renda e gênero explicaram 22,2% (Tabela 22). Apesar da explicação ser baixa, conforme Tabela 23, elas tiveram um efeito significativo por conta do *p-value* na ANOVA ter sido menor que 0.05 (0.001). A idade e a crença na honestidade apresentaram um p de 0.001 (Tabela 24), isso infere que quanto maior a idade dos indivíduos mais eles estarão preparados e aptos a julgar situações éticas e que acreditam mais na honestidade num contexto geral. O gênero teve um p de 0.055 e podemos inferir que indivíduos de gênero masculino tendem a julgar mais ações antiéticas do que indivíduos de gênero feminino.

Tabela 22 - Regressão Linear - Julgamento Cenário 1

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	RMSE
H <sub>0</sub>	0.000	0.000	0.000	1.351
H <sub>1</sub>	0.472	0.222	0.183	1.221

Fonte: dados da pesquisa

Tabela 23 - Regressão Linear ANOVA - Julgamento Cenário 1

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H <sub>1</sub>	Regression	41.815	5	8.363	5.606	< .001
	Residual	146.185	98	1.492		
	Total	188.000	103			

Fonte: dados da pesquisa



Tabela 24 - Regressão Linear Coeficientes- Julgamento Cenário 1

Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized <sup>a</sup>	t	p	Collinearity Statistics	
							Tolerance	VIF
H <sub>0</sub>	(Intercept)	5.500	0.132		41.516	< .001		
H <sub>1</sub>	(Intercept)	3.371	0.822		4.101	< .001		
	Renda Familiar	0.148	0.102	0.136	1.442	0.152	0.889	1.124
	SETA	-0.017	0.049	-0.039	-0.356	0.722	0.658	1.519
	Idade	-0.041	0.010	-0.451	-4.077	< .001	0.650	1.539
	Gênero Masculino	0.502	0.259		1.939	0.055	0.878	1.139
	Honestidade	0.887	0.254	0.390	3.500	< .001	0.641	1.561

Fonte: dados da pesquisa

No segundo cenário, as variáveis explicaram 16,5% (Tabela 25). O valor de p foi menor que 0.05 (0.003) e isso indica que tiveram um efeito significativo para explicar o julgamento no segundo cenário (Tabela 26). A honestidade teve um p de 0.002 e influencia diretamente a explicação do julgamento, podemos concluir que indivíduos que acreditam na honestidade souberam lidar com a situação éticas apresentada (Tabela 27). Nesse cenário, indivíduos masculinos, com p de 0.032 também julgaram mais a ação antiética do que indivíduos do gênero feminino.

Tabela 25 - Regressão Linear - Julgamento Cenário 2

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	RMSE
H <sub>0</sub>	0.000	0.000	0.000	1.261
H <sub>1</sub>	0.406	0.165	0.122	1.181

Fonte: dados da pesquisa

Tabela 26 - Regressão Linear ANOVA- Julgamento Cenário 2

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H <sub>1</sub>	Regression	26.983	5	5.397	3.868	0.003
	Residual	136.734	98	1.395		
	Total	163.717	103			

Fonte: dados da pesquisa

Tabela 27 - Regressão Linear Coeficientes- Julgamento Cenário 2

Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized <sup>a</sup>	t	p	Collinearity Statistics	
							Tolerance	VIF
H <sub>0</sub>	(Intercept)	4.544	0.124		36.758	< .001		
H <sub>1</sub>	(Intercept)	2.072	0.795		2.607	0.011		
	Renda Familiar	0.068	0.099	0.068	0.690	0.492	0.889	1.124
	SETA	-0.046	0.047	-0.110	-0.969	0.335	0.658	1.519
	Idade	-0.019	0.010	-0.218	-1.906	0.060	0.650	1.539
	Gênero (Masculino)	0.543	0.250		2.170	0.032	0.878	1.139
	Honestidade	0.798	0.245	0.375	3.254	0.002	0.641	1.561

Fonte: dados da pesquisa

## 5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Com os resultados apresentados na seção anterior, podemos verificar que os indivíduos tiveram certa dificuldade de entender e compreender o aspecto de reconhecimento das ações antiéticas, mas conseguem julgá-las com maior facilidade. A crença na honestidade desempenhou um papel importante no processo decisório, visto que com base nelas os indivíduos se portaram diferente perante as situações a que foram apresentados. Interessante também está sobre o perfil utilitarista e deontológico, que dependendo da situação conseguimos analisar a diferença dos perfis influenciando diretamente na reação dos indivíduos ao confrontarem cada dilema.

Com a análise nos dois cenários, vimos uma relação muito forte para explicar o julgamento através da crença na honestidade. Aqueles que valorizam a honestidade como um princípio ético fundamental podem ser mais propensos a julgar negativamente ações antiéticas, sua forte adesão a valores éticos pode influenciar seu julgamento, levando-os a condenar atitudes que consideram contrários aos princípios da honestidade. Esses indivíduos acabam se enquadrando em um perfil mais deontológico, o que coopera com as informações obtidas, visto que a SETA apresentou uma influência negativa nas dimensões de julgamento em ambos os cenários. Com base nisso, pode-se prever que indivíduos deontológicos tendem a discernir melhor as situações e conseguem julgar as situações baseadas principalmente nos padrões e normas éticas que fazem que suas ações sejam mais relacionadas a princípios de honestidade.

A interseção entre a crença na honestidade e a orientação utilitarista desempenhou um papel crucial no reconhecimento e julgamento das ações antiéticas por parte dos indivíduos. A crença na honestidade, muitas vezes enraizada em valores culturais, éticos e morais, moldou a perspectiva de uma pessoa em relação ao comportamento ético. Aqueles que acreditam fortemente na honestidade estiveram mais propensos a condenar ações antiéticas, visto que essas ações frequentemente violaram seus princípios fundamentais de integridade e veracidade.

Sabemos que os utilitaristas tendem a ponderar as consequências globais de uma ação, se ela resultar em mais benefícios do que danos. Isso foi evidente quando observamos a situação de reconhecimento no cenário 2, onde o perfil utilitarista foi forte e exerceu uma forte influência para a reconhecimento da ação antiética.

## 5.1 LIMITAÇÕES

Essa pesquisa pode ter restrições acerca dos seus resultados, visto que existem limitações naturais quando se utiliza o questionário online, que pode apresentar limitações inerentes que impactam a validade e a confiabilidade dos resultados, já que os participantes não estavam sendo fiscalizados. Como comprovado neste trabalho, apesar de dentro da média esperada, o índice de respostas é baixo, e por isso, os dados não conseguem definir um resultado abrangente. Uma das principais preocupações reside na generalização dos resultados, pois as crenças éticas podem variar substancialmente entre diferentes culturas e grupos demográficos.

## 5.2 IMPLICAÇÕES TEÓRICAS E PRÁTICAS

Os resultados desse trabalho fornecem argumentos contundentes que contribuem para o estudo da ética, do processo de tomada de decisão e estudos sobre honestidade em ambientes organizacionais.

As crenças individuais desempenham um papel fundamental na formação de atitudes em relação à ética, e a interação complexa entre a crença na honestidade e a orientação utilitarista adiciona uma camada adicional de complexidade a esse fenômeno. Em termos teóricos, a crença na honestidade refere-se à confiança que os indivíduos depositam na sinceridade e integridade dos outros. Esta crença pode moldar a percepção de ações antiéticas, uma vez que aqueles que têm uma forte crença na honestidade podem ser mais propensos a julgar duramente comportamentos desonestos e antiéticos. Por outro lado, a orientação utilitarista, que avalia a moralidade com base nas consequências e no bem-estar geral, pode influenciar a percepção de ações antiéticas, levando a uma maior aceitação se considerar que as consequências positivas superam as negativas.

Do ponto de vista prático, esse estudo pode ter implicações significativas na tomada de decisões éticas em ambientes profissionais, onde a crença na honestidade e a orientação utilitarista podem colidir. A compreensão desses aspectos pode orientar políticas organizacionais e estratégias de gestão de ética, promovendo uma cultura que leve em consideração as diversas perspectivas éticas dos indivíduos. Ao analisar vinheta por vinheta, os

resultados indicam padrões específicos de reconhecimento e julgamento de ações antiéticas em contextos complexos. Isso pode fornecer insights valiosos para aprimorar programas de educação ética, desenvolvendo estratégias que abordem especificamente as divergências entre crenças na honestidade e orientações utilitaristas. Além disso, o estudo pode influenciar a abordagem de questões éticas em políticas públicas, fornecendo informações sobre como as diferentes crenças e orientações podem impactar as decisões sociais. Isso pode levar a uma formulação de políticas mais inclusivas e equitativas que considerem a diversidade de perspectivas éticas na sociedade.

### 5.3 SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS

Pelas limitações desta pesquisa, recomenda-se que sejam realizados estudos abrangendo mais características demográficas para verificar se essas podem ter mais efeito do que as analisadas nesse estudo, como a religião, seria interessante observar como crença na honestidade se relaciona com a religião dos indivíduos. Recomenda-se também pesquisar em amostras maiores para se ter uma correlação entre as variáveis estudadas e talvez a realização dos testes de forma presencial ao invés de serem por questionário *online*, poderá garantir uma maior confiabilidade e exatidão dos dados, visto que os indivíduos estariam menos propensos a agir antiteticamente quando existe a presença de um avaliador (Ariely, 2012).

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Francisco José dos Santos. Adesão do contabilista ao código de ética da sua profissão: um estudo empírico sobre percepções. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- ARIELY, Dan. **A mais pura verdade sobre desonestidade**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 290 p. v. 1.
- BARON, Jonathan. Nonconsequentialist decisions. **Behavioral and Brain Sciences**, 17(1), 1-10, Fevereiro, 1994.
- BRADY, F. Neil; WHEELER, Gloria, E. An empirical study of ethical predispositions. **Journal of Business Ethics**, 15 (9), 927–940, Setembro, 1996.
- CRESWELL, John. **Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches**. Research Design, Thousands Oaks, 2013.
- DANCEY, Christine P.; REIDY, John. **Estatística Sem Matemática para Psicologia: Usando SPSS para Windows**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- FERRELL, O. C.; GRESHAM, Larry. G. A contingency framework for understanding ethical decision making in marketing. **Journal of Marketing**, 49(3): 87-96, Junho, 1985.
- FLORY, Steven M.; PHILLIPS, Thomas J. A multidimensional analysis of selected issues in accounting, **The Accounting Review**, 67(2), 284–302, Abril, 1992.
- FRANKENA, William K. (1973). The Ethics of Love Conceived as an Ethics of Virtue. **The Journal of Religious Ethics**, 1, 21–36, 1973.
- FREIRE, Heitor. **Da honestidade**. Campo Grande: Campo Grande News, 2016. Disponível em: <<http://www.nature.com/nature/journal/v531/n7595/abs/natura17160.html>>. Acesso em: 28/11/2023.
- FRITZSCHE, David J. An examination of marketing ethics: role of the decision maker, consequences of the decision, management position, and sex of the respondent. **Journal of Macromarketing**, 8 (2), 29-39, 1988.
- GILLIGAN, Carol. **In a different voice: psychological theory and women's development**. Boston. Harvard University Press. 1982.
- GINO, Francesca; BAZERMAN, Max H. When misconduct goes unnoticed: The acceptability of gradual erosion in others' unethical behavior. **Journal of Experimental Social Psychology**, 45(4), 708-719, Julho, 2009.
- GNEEZY, Uri; ERAT, Sanjiv. White lies. **Management Science**, 58(4), 723-733, Novembro, 2011.

GONÇALVES, T. P. Cegueira deliberada e honestidade: um estudo experimental. 2019. Dissertação – Ciências Econômicas, UFSC, Florianópolis, 2019.

HAIR, J. F.; LAMB, C. W.; McDANIEL, C.D. **Essentials of Marketing**. Estados Unidos: Sudoeste, 2005.

HARMAN, Mark; CLARK, John. Metrics are fitness functions too. 10<sup>th</sup> International Symposium of Software Metrics, Chicago, 2004.

HUGH-JONES, David. Honesty, beliefs about honesty, and economic growth in 15 countries. **Journal Of Economic Behavior & Organization**. East Anglia, 01-16, Abril, 2016.

HUNT, S. D., & VITELL, S. A general theory of marketing ethics. **Journal of Macromarketing**, 6(1): 5-16, 1986.

JONES, Thomas. Ethical decision making by individuals in organizations: an issue-contingent model. **Academy of Management Review**, 16 (2), 366–395, Abril, 1991.

KANT, Immanuel. **Fundamentação da Metafísica dos Costumes**. (Trad. Guido de Almeida). Ed. Escala, 1785.

KOHLBERG, Lawrence.; KRAMER, Mark R. Continuities and Discontinuities in Childhood and Adult Moral Development. **Human Development**, 12 (2): 93–120, 1969.

LEITSCH, Deborah L. Differences in the perceptions of moral intensity in the moral decision process: an empirical examination of accounting students, **Journal of Business Ethics**, 53(4), 313–323, Setembro, 2004.

LEITSCH, Deborah. L. Using dimensions of moral intensity to predict ethical decision-making in accounting. **Accounting Education: an international journal**, 15(2), 135–149, 2006.

LIMA, Renato da Silva. Bases para uma metodologia de apoio à decisão para serviços de educação e saúde sob a ótica dos transportes. Tese (Doutorado) – Escola de Engenharia de São Carlos - Universidade de São Paulo, 2003.

LOVE, Edwin; STATON, Mark; ROTMAN, Jeff D. Loyalty as a matter of principle: the influence of standards of judgment on customer loyalty. **Marketing Letters**, 27, 661-674, Dezembro, 2016.

MEYERS, Lawrence. GAMST, Glenn. GUARINO, A. **Performing data analysis: using IBM SPSS**. New Jersey, John Wiley & Sces Inc, 2013.

MILLS, John. **Utilitarismo**. Longmans, Green, Reader e Dier, 1863.

MULGAN, Tim. **Utilitarismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

NAGEL, Thomas. **The view from nowhere**. Oxford University Press, 1978.

PUTNAM, Robert D. **Bowling alone: The collapse and revival of American community**. Nova Iorque, Simon & Schuster, 2000.

PEREIRA, Susana F. V. **Ética e Moral no processo de tomada de decisão: O caso dos alunos de Ciências Econômicas e Empresariais**. 2014. Dissertação – Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho, Braga, 2014.

RAWLS, John. **Uma teoria da justiça**. Boston. Harvard University Press. 1971.

REST, James R. **Moral development: Advances in research and theory**. New York: Praeger, 1986.

SANTOS, Carla. **Estatística Descritiva**. Lisboa: Edições Sílabo, 2008.

SILVA, Hugo. **A ética e a utilidade da contabilidade**. 2015. Dissertação – Contabilidade – Universidade do Algarve, Faro, 2015.

SILVA, Jorge. **Orientação ética e contexto de escolha de candidatos a prefeito: um experimento com vinhetas**. 2020. Tese - Administração, UNIGRANRIO, Rio de Janeiro, 2020.

SIMON, Herbert. **The scientist as problem solver**. Carnegie-Mellon Symposium on Cognition. Complex information processing. Pittsburgh: Lawrence Erlbaum Associates, 1989.

SHAW, William H. **Virtue ethics: An introduction**. Blackwell Publishing, 2006.

SWEENEY, Brenda; COSTELLO, Fiona. **Moral Intensity and Ethical Decision-making: An Empirical Examination of Undergraduate Accounting and Business Students**. **Accounting Education**, 18(1), 75–97, 2009.

TENBRUSEL, Ann E.; MESSICK, David M. **Ethical Fading: The role of self-deception in unethical behavior**. **Social Justice Research** 17, 223-236, Junho, 2004.

TREVIÑO, Linda Klebe. **Ethical Decision Making in Organizations: A person-situation Interactionist Model**. **Academy of Management Review**, 11(3), 601–617, Julho, 1986.

TREVIÑO, Linda Klebe; NELSON, Katherine A. **Managing Business Ethics: Straight Talk About How to Do It Right**. Wiley, 2020.

TREVIÑO, Linda Klebe; WEAVER, Gary R. **Managing ethics in business organizations: Social scientific perspectives**. Stanford: Stanford University Press, 2003.

TANGNEY, June Price; DEARING, Ronda. L. **Shame and guilt**. Nova Iorque: The Guilford Press 2002.

WHITELEY, Paul., **Are Britons Getting More Dishonest?**. Colchester: University of Essex, 2012. Disponível em: [https://www1.essex.ac.uk/news/event.aspx?e\\_id=3879](https://www1.essex.ac.uk/news/event.aspx?e_id=3879). Acesso em 23/10/2023.



**APÊNDICE – QUESTIONÁRIO**

# Pesquisa sobre Tomada de Decisão Ética

Caro(a) participante,

Meu nome é Vitor Bueno Ossani Ribeiro e estou conduzindo esta pesquisa sobre a tomada de decisão ética dos indivíduos. Serão cerca de 7 a 9 minutos para respondê-la, sua participação é extremamente valiosa, especialmente porque esse é meu Trabalho de Conclusão de Curso de Administração na Universidade de Brasília.

Por favor, responda as perguntas com base em suas próprias experiências pessoais. As informações fornecidas pelos participantes serão mantidas em anonimato completo e serão utilizadas exclusivamente para fins desta pesquisa.

Se tiver alguma dúvida, não hesite em entrar em contato comigo pelo e-mail [vitorossani@gmail.com](mailto:vitorossani@gmail.com) ou com o professor orientador da pesquisa, Luciano Rossoni: [Irossoni@gmail.com](mailto:Irossoni@gmail.com).

Agradeço desde já pela sua colaboração!

\* Indica uma pergunta obrigatória

1. Se você aceita participar da pesquisa, por favor marque a opção abaixo: \*

*Marcar apenas uma oval.*

Li e compreendi as condições descritas acima e aceito participar da pesquisa.

*Pular para a pergunta 2*

## Cenários

A seguir, você será apresentado a dois cenários onde indivíduos tem de tomar decisões em situações éticas. Após cada cenário, você precisará responder as afirmações de acordo com seu grau de concordância. Sua sinceridade é muito importante para o resultado dessa pesquisa, lembre-se: não existe resposta certa ou errada.

### Cenário 1

Pedro é gerente de uma empresa de pequeno porte que possui rendimentos significativos e cerca de 50 funcionários. Nos últimos trimestres, a empresa vem sofrendo bastante para atingir suas metas e não tendo bons resultados financeiros.

Pedro enfrenta pressão de seus superiores para aumentar os lucros trimestrais, uma vez que estes estão sofrendo pressão dos acionistas da empresa, que esperam receber seus dividendos.

A solução para a pressão de seus superiores e dos acionistas, será apresentar variações significativas nos rendimentos nos próximos relatórios financeiros, alterando os valores reais. Pedro sabe que essa ação é ilegal e pode causar sérios problemas para si e para a empresa, porém também entende que é a única forma de manter seu trabalho.

**Ação: Pedro faz a alteração de valores em alguns relatórios financeiros, sem que as mudanças sejam percebidas.**

2. \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Discordo totalmente	Discordo	Discordo pouco	Não concordo nem discordo	Concordo pouco	Concordo	Concordo totalmente
O cenário descrito envolve um dilema ético.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pedro não deveria realizar a ação proposta no cenário.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agiria da mesma forma que Pedro no cenário descrito.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os danos (caso haja) resultantes da ação de Pedro seriam muito grandes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A maioria das pessoas concorda que a ação de Pedro está errada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existe uma pequena probabilidade que a ação de Pedro vá realmente causar qualquer dano.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A ação de Pedro não vai causar nenhum dano em um futuro próximo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se Pedro possui relação de amizade ou	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

parentesco  
com as  
possíveis  
vítimas de  
sua ação, ele  
estaria  
errado em  
fazê-la.

---

---

A ação de  
Pedro irá  
prejudicar  
poucas  
pessoas (se  
prejudicar  
alguma):

### Cenário 2

Carlos é dono de um dos melhores restaurantes de sua cidade. Tem cerca de 60 colaboradores, entre as mais diversas faixas etárias e das mais diversas classes econômicas. Como o restaurante sempre tem muito lucro, Carlos atribui todos os anos, um prêmio a cada trabalhador no valor de dois salários mensais.

Com o aumento de despesas fiscais associadas a políticas de cortes de gastos e aumento de impostos do governo, os salários líquidos dos colaboradores diminuíram e estes perderam poder de compra. Diretamente relacionado com este fato, teve-se pedidos de adiantamento, bem como uma redução genérica da motivação e da assiduidade.

Em reunião geral de trabalhadores, a maioria pediu a Carlos, que pagasse o prêmio sem o recibo de vencimento, de forma que não estariam sujeitos a impostos e outras taxas, melhorando pontualmente as condições humanas e financeiras das famílias.

Carlos não suporta ver seus colaboradores passando por dificuldades, então questionou seu contador sobre essa possibilidade e foi informado que não poderia realizar tal ação por motivos legais e que essa opção também iria originar distorções nas demonstrações financeiras.

**Ação: Carlos pagou os prêmios sem qualquer recibo.**

3. \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Discordo totalmente	Discordo	Discordo pouco	Não concordo nem discordo	Concordo pouco	Concordo	Concordo totalmente
O cenário descrito envolve um dilema ético.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Carlos não deveria realizar a ação proposta no cenário.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agiria da mesma forma que Carlos no cenário descrito.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os danos (caso hajam) resultantes da ação de Carlos seriam muito grandes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A maioria das pessoas concorda que a ação de Carlos está errada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existe uma pequena probabilidade que a ação de Carlos vá realmente causar qualquer dano.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A ação de Carlos não vai causar nenhum dano em um futuro próximo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se Carlos possui relação de amizade ou	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

parentesco  
com as  
possíveis  
vítimas de  
sua ação, ele  
estaria  
errado em  
fazê-la.

---

---

A ação de  
Carlos irá  
prejudicar  
poucas  
pessoas (se  
prejudicar  
alguma):

### Atitudes

A seguir, encontram-se algumas afirmações de ações cotidianas da vida dos indivíduos, por favor, você deve selecionar a alternativa que descreve melhor sua opinião sobre essas atitudes. Não existe resposta certa ou errada, responda com sinceridade!

## 4. Atitudes \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Honesta	Pouco desonesta	Muito desonesta	Extremamente desonesta
<b>Desviar milhões de dinheiro público que seriam destinados à merenda escolar.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Usar empresas de fachada para lavar dinheiro.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Não declarar imposto de renda.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Subornar um guarda para não ganhar uma multa.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Praticar nepotismo (favoritismo com parentes, especialmente pelo poder público).</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Furar a fila.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Conseguir uma maneira de pagar menos impostos sem que o governo perceba.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Estacionar em uma vaga de deficiente por 10 minutos.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Aceitar R\$ 2,00 a mais de troco.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Falsificar carteirinha de estudante.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Responda as questões abaixo sendo mais honesto(a) com a forma que você pensa.

5. 1) As atitudes das pessoas devem ser avaliadas em termos de serem: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. boas ou ruins.  
 b. certas ou erradas.

6. 2) Ao se tomar uma decisão, do ponto de vista ético, deve-se atentar para: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. a consciência das pessoas.  
 b. as necessidades, desejos e vontades dos outros.

7. 3) As soluções para problemas éticos geralmente: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. possuem certa flexibilidade.  
 b. são inflexivas, é ou não é ético.

8. 4) Para a sociedade, é mais importante: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. seguir suas tradições, buscando a estabilidade e a manutenção de sua identidade.  
 b. se adaptar às novas condições e mudanças globais.

9. 5) Ao se pensar em problemas éticos, é preferível: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. buscar alternativas práticas e úteis.  
 b. fazer ponderações sobre o que é ético ou não.

10. 6) Quando as pessoas discordam sobre algum tipo de problema ético, eu busco: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. pontos em comum entre elas.  
 b. soluções viáveis.



11. 7) Mentir é errado porque: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. pode ter consequências desagradáveis.
- b. simplesmente não é correto alguém mentir.

12. 8) Entre as duas atividades abaixo, prezo mais por: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. um juiz sábio, que aplica a lei com retidão e imparcialidade.
- b. um legislador benevolente, que busca uma vida melhor para todos.

13. 9) Eu gostaria de ser conhecido como uma pessoa que: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. conquistou e realizou muitas coisas.
- b. é íntegra e possui princípios.

14. 10) O objetivo principal da Ciência deve ser: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. descobrir a verdade sobre as coisas.
- b. resolver os problemas existentes.

15. 11) Ser mentiroso é uma questão: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. do quanto a pessoa mente.
- b. de mentir ou não mentir.

16. 12) Um país deve interessar-se mais: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. pelo seu legado e suas raízes.
- b. pelo seu potencial e seu futuro.

17. 13) É mais importante: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. conseguir o que quer.  
 b. fazer da forma digna.

18. 14) Um comportamento antiético é melhor descrito como: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. uma infração à lei.  
 b. a causa de algum tipo de dano.

19. 15) O objetivo principal de um governo deve ser: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- a. promover as melhores condições de vida para seus cidadãos.  
 b. garantir a justiça e um tratamento igual para todos.

### Sobre você

20. Se você estiver lendo atentamente esse questionário, marque a opção papagaio. \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Cachorro  
 Gato  
 Papagaio  
 Cavalo

21. Qual é a sua idade? \*

---

22. Qual a raça/etnia com que você se identifica? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Preta  
 Branca  
 Parda  
 Indígena  
 Amarela

23. Qual é o seu gênero? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Feminino
- Masculino
- Outro: \_\_\_\_\_

24. Qual categoria que melhor descreve sua atividade profissional? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Trabalhador em empresa privada
- Autônomo / Por conta própria / Profissional liberal (médicos, contadores, etc.)
- Empregador/ Empresário
- Funcionário público / Militar
- Estudante / Estagiário / Trainee
- Desempregado
- Outro: \_\_\_\_\_

25. Qual a sua renda familiar mensal? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Até R\$ 1.320,00 (1 salário mínimo)
- De R\$ 1.320,00 até R\$ 2.640,00 (mais de 1 até 2 salários mínimos)
- De R\$ 2.640,00 até R\$ 6.600,00 (mais de 2 até 5 salários mínimos)
- De R\$ 6.600,00 até 13.200,00 (mais de 5 até 10 salários mínimos)
- De R\$ 13.200,00 até 26.400,00 (mais de 10 até 20 salários mínimos)
- Mais de R\$ 26.400,00 (mais de 20 salários mínimos)

26. Caso tenha interesse em receber os resultados dessa pesquisa, deixe nesse campo o seu e-mail. Essa parte é totalmente opcional.

\_\_\_\_\_

## Agradecimento

Prezado(a),

Gostaria de expressar minha sincera gratidão por ter dedicado parte do seu tempo respondendo ao questionário para o meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Administração na Universidade de Brasília.

Sua participação foi fundamental para a coleta de dados necessários para a realização deste estudo. Com suas respostas, você contribuiu significativamente para o desenvolvimento e o enriquecimento da pesquisa.

Agradeço a sua disposição em compartilhar suas percepções e experiências, pois elas são essenciais para alcançarmos conclusões relevantes e embasadas. O seu engajamento foi fundamental para o sucesso deste trabalho acadêmico.

As informações fornecidas serão tratadas com total confidencialidade e serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos, garantindo assim a privacidade e a ética na condução desta pesquisa.

Mais uma vez, obrigado(a) por sua colaboração e disponibilidade em participar deste estudo. Acredito que suas contribuições serão valiosas para a construção do conhecimento nessa área.

Atenciosamente,

Vitor Bueno Ossani Ribeiro

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

