

HONESTIDADE À PROVA: “PEGUE SUA ÁGUA E PAGUE”

Jaime José Rauber¹

Resumo: O presente artigo tem como objetivo avaliar os resultados da implantação de um projeto de ação voltado ao desenvolvimento da virtude da honestidade. O projeto consistiu na disponibilização de uma geladeira com garrafas de água devendo o valor consumido ser depositado numa caixinha. O projeto foi desenvolvido em duas edições. A expectativa era a de que a Taxa de Oscilação (TO), isto é, a diferença entre o valor consumido e o valor depositado, fosse nula ou ficasse próximo de zero. No entanto, o resultado da primeira edição foi bem aquém do esperado, pois, no seu pico, a TO chegou a -60,87%. O resultado da segunda edição foi próximo do esperado, com TO geral de -2,12%. A ação mostrou que muitas pessoas só passaram a agir de modo justo quando foram informadas da possibilidade de estarem sendo filmadas ou quando tinham outro *motivo* para agirem de forma honesta.

Palavras-chave: ética; corrupção; consciência moral.

HONESTY PROOF: “TAKE YOUR WATER AND PAY”

Abstract: This article aims to evaluate the results of the implementation of an action project aimed at developing the virtue of honesty. The project consisted of providing a refrigerator with water bottles and the amount consumed must be deposited in a box. The project was developed in two editions. The expectation was that the Oscillation Rate (OR), that is, the difference between the amount consumed and the amount deposited, would be null or close to zero. However, the result of the first edition was well below expectations, since, at its peak, OR reached -60,87%. The result of the second edition was close to expectations, with an overall OR of -2,12%. The action showed that many people only started to act fairly when they were informed of the possibility of being filmed or when they had another reason to act honestly.

Keywords: ethics; corruption; moral awareness.

1 Doutor em Filosofia (UFSCar); Professor do Eixo de Formação Humana da PUCPR; Membro do NEP – Núcleo de Excelência Pedagógica do *Campus* Toledo. E-mail: <jaime.rauber@pucpr.br>.

PRUEBA DE HONESTIDAD: “TOMA TU AGUA Y PAGA”

Resumen: Este artículo tiene como objetivo evaluar los resultados de la implementación de un proyecto de acción dirigido a desarrollar la virtud de la honestidad. El proyecto consistió en dotar a un refrigerador con botellas de agua y la cantidad consumida debe ser depositada en una caja. El proyecto se desarrolló en dos ediciones. La expectativa era que la Tasa de Oscilación (TO), es decir, la diferencia entre la cantidad consumida y la cantidad depositada, fuera nula o cercana a cero. Sin embargo, el resultado de la primera edición estuvo muy por debajo de las expectativas, ya que, en su punto máximo, la TO alcanzó -60,87%. El resultado de la segunda edición estuvo cerca de lo esperado, con un TO global de -2,12%. La acción mostró que muchas personas solo comenzaron a actuar de manera justa cuando se les informó de la posibilidad de ser filmadas o cuando tenían otra razón para actuar con honestidad.

Palabras clave: ética; corrupción; conciencia moral.

1 INTRODUÇÃO

A desonestidade é um dos assuntos que permeou os noticiários brasileiros nos últimos anos no âmbito da política. Escândalos de proporções milionárias têm ocupado o trabalho de investigadores há anos, cujas descobertas mostram que essa prática não se limita ao âmbito federal, mas atinge também estados e municípios. O mapa da corrupção apresentado pelo portal da *Transparência Internacional* mostra que, em 2020, o Brasil ocupou a 94ª posição, de 180 países avaliados². Outra pesquisa, divulgada pelo portal *Poder360*, mostra que o Brasil está entre os países mais desonestos do mundo, ocupando o 26º lugar de um total de 40 países analisados³. Essas pesquisas revelam que o país tem árduo trabalho pela frente para mudar a fama de desonesto e corrupto.

Por meio de consulta ao Código Penal brasileiro constatou-se que a corrupção é algo que se limita ao exercício de função ou serviço público (BRASIL, 2021). Sob o ponto de vista jurídico e com base no Código Penal, têm-se dois tipos de corrupção, a *ativa* e a *passiva*, sendo que ambas pressupõem o envolvimento de uma pessoa que exerce cargo, emprego ou função pública. De acordo com o Art. 317, a *corrupção passiva* acontece quando um cidadão usa o cargo público para solicitar ou receber vantagem indevida. O crime se configura mesmo que o particular não aceite a proposta, bastando que se comprove a solicitação. A *corrupção ativa*, por sua

2 A *Transparência Internacional* é uma organização não governamental, sediada em Berlim, e avalia o Índice de Percepção da Corrupção (IPC) a nível mundial. De acordo com o portal, a composição do IPC é feita através de 13 fontes distintas, produzidas por instituições reconhecidas internacionalmente, como o Banco Mundial e o Fórum Econômico Mundial. O *ranking* é produzido desde 1995 e, segundo o próprio portal, “é um dos índices mais utilizados no mundo por tomadores de decisão dos setores público e privado para avaliação de riscos e planejamento de suas ações”.

3 A pesquisa, divulgada em 2019, foi realizada por Universidades dos EUA e da Suíça e teve como objetivo medir a honestidade cívica das pessoas. Segundo o portal, a pesquisa durou 3 anos e contemplou 355 cidades de 40 países (PODER360).

vez, acontece quando um particular oferece ou promete vantagem indevida a um funcionário público que, de alguma forma, usa o cargo para se beneficiar (Art. 333). O crime se configura mesmo não havendo aceitação da propina, bastando a simples comprovação da promessa ou oferta.

Entretanto, não é do conceito estrito de corrupção que vai se tratar aqui, mas do conceito ampliado, que extrapola a esfera pública e contempla também a esfera privada.⁴ Se do ponto de vista estrito a corrupção está ligada ao exercício de funções ou prestação de serviços condizentes à esfera pública, a prática de ações injustas, ilícitas ou antiéticas na esfera privada também revelam práticas corruptas. Araújo *et al.* (2020), fazendo uma análise das práticas corruptas no ambiente empresarial e contábil, afirmam que a corrupção pode ser entendida como prática ilícita em prol de si mesmo ou de um coletivo, e isso extrapola as fronteiras da esfera pública. Dentro dessa perspectiva, atos corruptos e desonestidade podem se manifestar em práticas nas nossas casas, no clube que frequentamos, na empresa em que trabalhamos, nas associações das quais fazemos parte e até mesmo na instituição religiosa que frequentamos.

Com os avanços científicos e tecnológicos ocorrendo em ritmo cada vez mais acelerado, era de se esperar que também no âmbito do pensar e do agir os humanos evoluiriam em ritmo semelhante. É o que Kant esperava por meio do processo de busca do *esclarecimento*. No texto *Resposta à pergunta: O que é esclarecimento?* o autor afirma que o homem ainda não vive numa época esclarecida, mas, à medida que sair da sua menoridade⁵, da qual ele próprio é culpado, alcançará o esclarecimento e passará a viver numa sociedade justa, onde predominará a autonomia da vontade e a liberdade (KANT, 1995).

Entretanto, não é isso que se tem observado no Brasil. A famosa expressão “jeitinho brasileiro” revela a cultura e o hábito de muitos cidadãos que buscam resolver determinados problemas usando, em geral, artifícios ilegais e/ou reprováveis sob o ponto de vista ético. Fazendo uma análise da pluralidade conceitual do termo “jeitinho brasileiro” no âmbito do empreendedorismo, Pedroso, Nakatani e Mussi (2009) destacam que ele pode assumir uma dimensão positiva ou negativa. Pelo

4 Sócrates, no seu tempo, já alertava a sociedade ateniense sobre a existência de injustiças e ilegalidades no âmbito da função pública chegando a afirmar que “como homem de bem e lutador incansável pela justiça, não teria vivido tantos anos se não tivesse me afastado da política” (PLATÃO, 1987). Para o filósofo, porém, a busca pela justiça não se deve dar apenas na esfera pública, mas também na esfera privada: “Em toda minha vida, em minha pouca intervenção nos negócios públicos, deixei patente que sou assim, como também sou assim nos negócios particulares, jamais assentido com quem quer que seja no que quer que seja fora dos limites da justiça” (PLATÃO, 1987, 32e). Assim, o agir bem e justo deve transcender as fronteiras das funções e dos serviços públicos e contemplar todas as nossas ações do dia a dia.

5 Por menoridade Kant entende a incapacidade de o homem fazer uso de sua razão sem a direção de outrem. O homem atinge sua maioridade (esclarecimento) quando for capaz de agir do modo autônomo e livre, orientando sua vontade pela *razão pura* e não por princípios heterônomos (externos), fundamentados na sensibilidade (paixões, instintos, desejos etc.) ou mesmo em normas estabelecidas por terceiros.

viés positivo, o “jeitinho brasileiro” pode ser compreendido como capacidade de improvisação, criação e inovação, habilidade de negociação e persuasão, e capacidade de resolução de problemas demonstrando adaptabilidade e flexibilidade. Nesse sentido, o “jeitinho brasileiro” é uma característica muito importante para desenvolvimento do empreendedorismo, que é o contexto da discussão dos autores. Contudo, pelo viés negativo, o “jeitinho brasileiro” pode ser compreendido como tendência ao uso do poder para benefícios próprios, práticas de corrupção e descumprimento de normas por interesses pessoais (PEDROSO; NAKATANI; MUSSI, 2009). Esse é o sentido do termo usado no decorrer do presente artigo, pois será tratado como prática de ações ilegais ou inadequadas sob o ponto de vista ético visando benefícios pessoais.

Dentro desta perspectiva, o “jeitinho brasileiro” assume realidade objetiva quando se recebe troco a mais no supermercado e não é devolvido; quando se estaciona indevidamente o carro numa vaga reservada para idosos; quando alguém bate o carro em outro no estacionamento e procura evadir-se do local para não assumir a responsabilidade sobre o prejuízo provocado; quando se troca intencionalmente o chinelo na piscina do clube por um mais novo; quando se fura a fila da cantina ou do banco aproveitando a distração dos que ali se encontram; quando se suborna o guarda de trânsito para evitar pontos na carteira e multas; quando o adolescente mente para seus pais sobre onde passou a noite para não saberem que estava numa festa sem o consentimento deles; quando se fura o sinal vermelho do semáforo; quando o estudante pede aos colegas para colocarem seu nome no trabalho da faculdade sem ter efetivamente participado da atividade, e assim por diante. São ações dessa natureza que, se não mitigadas, podem levar ao desenvolvimento da cultura do “ganha-ganha” ou do “levar vantagem em tudo”, que sintetizam o “jeitinho brasileiro” no sentido empregado neste texto. Os impactos dessas ações, num primeiro momento, podem ser pequenos e até parecer insignificantes. Entretanto, com o passar do tempo, se não houver uma mudança no modo de agir do cidadão, ações dessa natureza podem assumir proporções gigantescas.

Se o “jeitinho brasileiro” num primeiro momento não gera grandes impactos, a cultura e o hábito dessa prática tende a assumir proporções cada vez maiores podendo chegar a prejudicar uma nação inteira. É o que se vêm observando nos noticiários sobre fatos relacionados à política brasileira nos últimos anos. Virou praticamente rotina diária a divulgação de informações sobre escândalos corrupção e práticas de desonestidade. Os autores envolvidos certamente não se tornaram desonestos quando assumiram cargos públicos, mas já realizavam práticas dessa natureza antes mesmo de assumirem funções públicas. Se não inibidas de alguma forma, a prática de ações orientadas pelo “jeitinho brasileiro” contribui para fortalecer e perpetuar a prática da desonestidade, da injustiça e da ilegalidade.

A honestidade é uma virtude ética estimável e deve ser estimulada na formação dos indivíduos em todas as instituições, desde a familiar até a educação

formal protagonizada por escolas e instituições de ensino superior (IEs).⁶ Segundo Aristóteles (1992), por se tratar de uma *virtude moral*, diferentemente das *virtudes intelectuais* é algo que não pode ser ensinado, pois depende da prática e do hábito de realizar atos bons. Segundo o autor, as *virtudes morais* não podem ser ensinadas, pois, para se tornar um sujeito virtuoso é necessário a prática reiterada de atos bons. De modo análogo, ninguém se torna excelente jogador de futebol por tirar nota máxima em avaliações teóricas. Para se tornar um jogador habilidoso, é necessário entrar em campo, criar uma rotina de treinos e praticar a respectiva modalidade esportiva com muita garra e determinação. Algo semelhante acontece com as *virtudes morais*. Ninguém se torna virtuoso sob o ponto de vista ético apenas com aulas teóricas. É necessário, sim, sabermos identificar o que é uma *virtude moral* e quais os critérios que a definem, mas, mais do que isso, é necessário muita determinação e prática reiterada de atos bons para nos tornarmos sujeitos virtuosos.

Como professor da área de humanas e aprendiz dos ensinamentos de Aristóteles, buscou-se desenvolver um projeto de ação por meio do qual a comunidade acadêmica pudesse colocar em prática o agir virtuoso. A IEs na qual o projeto foi implantando é de iniciativa privada e tem como missão formar não apenas excelentes profissionais sob o ponto de vista técnico, mas também excelentes cidadãos sob o ponto de vista ético. A expectativa inicial dos organizadores do projeto era de que o resultado seria altamente satisfatório. Esperava-se que as lições aprendidas em sala de aula seriam aplicadas na prática e que os exemplos de honestidade por parte dos estudantes, professores e colaboradores seria uma prática corriqueira por toda a comunidade acadêmica. Entretanto, conforme será relatado no texto, o resultado da primeira edição do projeto foi bem aquém do esperado. Com pequenas alterações na forma de implementar o projeto, na segunda edição alcançou-se resultados bem mais satisfatórios e próximos do ideal. A contextualização das duas edições do projeto segue no item seguinte.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO DA AÇÃO

Como professor do Eixo de Formação Humana e visando fortalecer a cultura da honestidade por meio de situação autêntica, pensou-se na realização de um projeto no qual a comunidade acadêmica (estudantes, professores, colaboradores e público externo que eventualmente frequentasse a instituição no período) pudesse colocar em prática a virtude da honestidade.

6 Nesta mesma linha de pensamento, o Papa Francisco, no lançamento do Pacto Educativo Global, afirmou que “para se educar uma criança, é preciso de uma nação inteira”. Ou seja, a mudança de cultura e de ação em favor dos mais vulneráveis (crianças, mulheres, meio ambiente, idosos, pobres, doentes, etc.) deve ser um compromisso assumido por todas as pessoas ou instituições sociais, independente de credo religioso, partido político ou nacionalidade. Um pacto educativo global é o caminho apontado pelo Papa para transformar o mundo em um lugar mais humano e melhor de se viver, onde a preocupação com o outro e o impacto de nossas ações no meio ambiente não ficam alheios aos nossos modos de agir (PACTO EDUCATIVO GLOBAL).

O projeto consistiu em disponibilizar uma geladeira com garrafas de água mineral de 500ml (com e sem gás) para que a comunidade acadêmica pudesse exercitar a consciência moral por meio do consumo de água depositando o valor correspondente numa caixinha ao lado da geladeira. A caixinha de acrílico ficou fechada com um lacre de plástico impossibilitando, assim, que o usuário pudesse fazer seu próprio troco. Essa forma de disponibilizar a caixinha fez com que os consumidores desenvolvessem a criatividade para resolverem o problema do troco. O valor da garrafa de água, independentemente de ser com gás ou sem gás, era de R\$1,50. Assim, o indivíduo poderia fazer seu consumo com uma nota de R\$ 2,00, por exemplo, e permanecer com um crédito de R\$ 0,50 para consumo posterior. Ou ainda, se preferisse, poderia consumir sua garrafa de água e fazer o pagamento equivalente em momento posterior seguindo pura e simplesmente o dever ético.

O projeto foi desenvolvido em duas edições, uma em 2016 e outra em 2018. Na IEs onde ação foi desenvolvida, havia diversos bebedouros com água gelada para consumo sem custo algum e uma lanchonete que, na ocasião (nas duas edições), vendia a garrafa (500ml) de água mineral sem gás a R\$ 2,00 e com gás a 2,50. Por mais que houvesse câmeras de monitoramento no interior da IEs, a geladeira com as garrafas de água foi posicionada em local de fácil acesso, de grande fluxo de pessoas e sem acesso às câmeras de segurança.

Nas duas edições do projeto as características relacionadas ao posicionamento da geladeira, produtos ofertados, valor das garrafas de água e divulgação semanal dos dados foram semelhantes. De modo geral, o que mudou de uma edição para a outra foi a duração do projeto e aspectos de comunicação do projeto à comunidade acadêmica. Na edição de 2016, o projeto foi desenvolvido por 15 semanas (29 de agosto a 12 de dezembro). Na edição de 2018 a duração do projeto foi de 10 semanas (17 de setembro a 26 de novembro).

Em ambas as edições, uma semana antes do início do projeto, a comunidade acadêmica foi comunicada via e-mail e grupos de *WhatsApp* sobre a implantação do projeto e seu objetivo. Enquanto a primeira edição foi chamada de *Projeto Ética na Prática*, a segunda edição foi denominada *Projeto Honestidade*.

Nas duas edições, próximo à geladeira foram afixadas informações claras sobre o funcionamento do projeto, bem como os resultados semanais referentes ao consumo (ver Figura 1) contemplando quantidade de garrafas consumidas, valor arrecadado, valor excedente ou faltante e o índice da Taxa de Oscilação (TO).

Figura 1 – Foto do projeto implantado em 2018



Fonte: o autor, 2023.

A Taxa de Oscilação representa os valores faltantes ou excedentes em relação ao consumo de água realizado. Os valores faltantes (*déficit*) são representados de forma negativa, com um sinal de subtração antes do respectivo número. Os valores excedentes (*superávit*) são apresentados de forma positiva, sem adição de sinal, e representam o resultado positivo da diferença entre o consumo de garrafas de água da semana (despesa) e os valores recolhidos (receita). Tecnicamente, o *superávit* pode ser explicado por dois motivos. Por um lado, pela impossibilidade de se fazer o troco em função da caixinha estar lacrada e, por outro, pelo pagamento de consumo(s) acumulado(s) de semana(s) anterior(es). A forma de coleta dos dados segue descrita no item seguinte.

3 FORMA DE COLETA DE DADOS

O processo de coleta de dados⁷ seguiu a mesma dinâmica nas duas edições do projeto. Abastecia-se a geladeira com garrafas de água diariamente no período da tarde (entre as 14h e 16hs) conforme necessidade, fazendo-se o registro da quantidade de garrafas consumidas e abastecidas. A recolha dos valores depositados na caixinha foi feita semanalmente, às segundas feiras, também no período da tarde, junto com a reposição das águas. Após o fechamento dos números semanais

7 Como se trata de um artigo que utiliza “pesquisa com banco dados, cujas informações são agregadas sem possibilidade de identificação individual” (Artigo 1º, inciso V - Resolução do Conselho Nacional de Saúde, n. 510, de 07 de abril de 2016), não houve necessidade de submissão do projeto de pesquisa para registro e avaliação por Comitê de Ética.

contemplando quantidade de garrafas consumidas, valores recolhidos, valores faltantes e a respectiva taxa de esquecimento, os dados foram disponibilizados, cumulativamente, em folha A3, afixada em local visível, próximo à geladeira (ver Figura 1) para que a comunidade acadêmica pudesse ter acesso aos dados e ir acompanhando os resultados da ação.

Embora ambas as edições tenham sido planejadas para serem desenvolvidas em etapas únicas de 10 a 12 semanas, na edição de 2016, o projeto foi realizado em quatro etapas. A primeira etapa, teve duração de 7 semanas. Em função do alto índice negativo da TO no período (-26,61%), a geladeira foi lacrada e a disponibilização de águas para consumo foi interrompido por 2 semanas para ações de sensibilização, o que caracterizou a segunda etapa do projeto. A terceira etapa iniciou após o período de sensibilização e durou 2 semanas. A quarta etapa durou 4 semanas e foi marcada pela instalação de câmera filmadora, ação que se mostrou necessária em função dos elevados índices negativos da TO. Assim, a edição de 2016 totalizou 15 semanas de projeto. A edição de 2018 constituiu-se de etapa única e foi desenvolvida por 10 semanas consecutivas.

Os dados coletados foram registrados e tabulados em planilha de Excel. Com o uso dessa ferramenta, foram realizados os cálculos de consumo, valores recolhidos, valores não pagos (pertencentes à consciência moral), porcentagem da Taxa de Oscilação semanal e geral para posterior análise e discussão. A descrição dos resultados das duas edições do projeto e sua discussão estão no item que segue.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O consumo total de unidades de água em 2016 foi de 3.347 garrafas. Considerando que foram 13 semanas de consumo, tem-se uma média de 257 garrafas consumidas por semana. Em 2018, o consumo total de água foi de 2.256 garrafas. Considerando as 10 semanas de consumo, tem-se uma média de 225 garrafas consumidas por semana.

Conforme já mencionado, a edição de 2016 teve quatro etapas. Essas etapas não estavam previstas inicialmente, mas mostraram-se necessárias em razão dos resultados negativos da TO. Na primeira etapa, a taxa média de oscilação ficou em -26,61%. Como o *déficit* da TO permanecia alto semana a semana, sendo que no pico o índice chegou a -60,87%, sentiu-se a necessidade de se fazer uma mudança no projeto, uma vez que os objetivos não estavam sendo alcançados. Pior do que isso, em vez de ser um projeto de *ética na prática* visando o desenvolvimento da honestidade, estava sendo um treino prático de reforço à desonestidade. Mantendo o projeto contínuo e sem intervenções, estar-se-ia contribuindo para o desenvolvimento do que Aristóteles (1992) chama de *vício*, que nada mais é do que a prática reiterada de ações não virtuosas.

Iniciou-se, então, a segunda etapa do projeto, que compreendeu três ações. A primeira foi o lacramento da geladeira com uma corrente de ferro e cadeado,

e fixação de um cartaz com informação clara sobre o motivo do fechamento, conforme Figura 2 abaixo.

Figura 2 – Foto do lacramento da geladeira na primeira edição (2016)

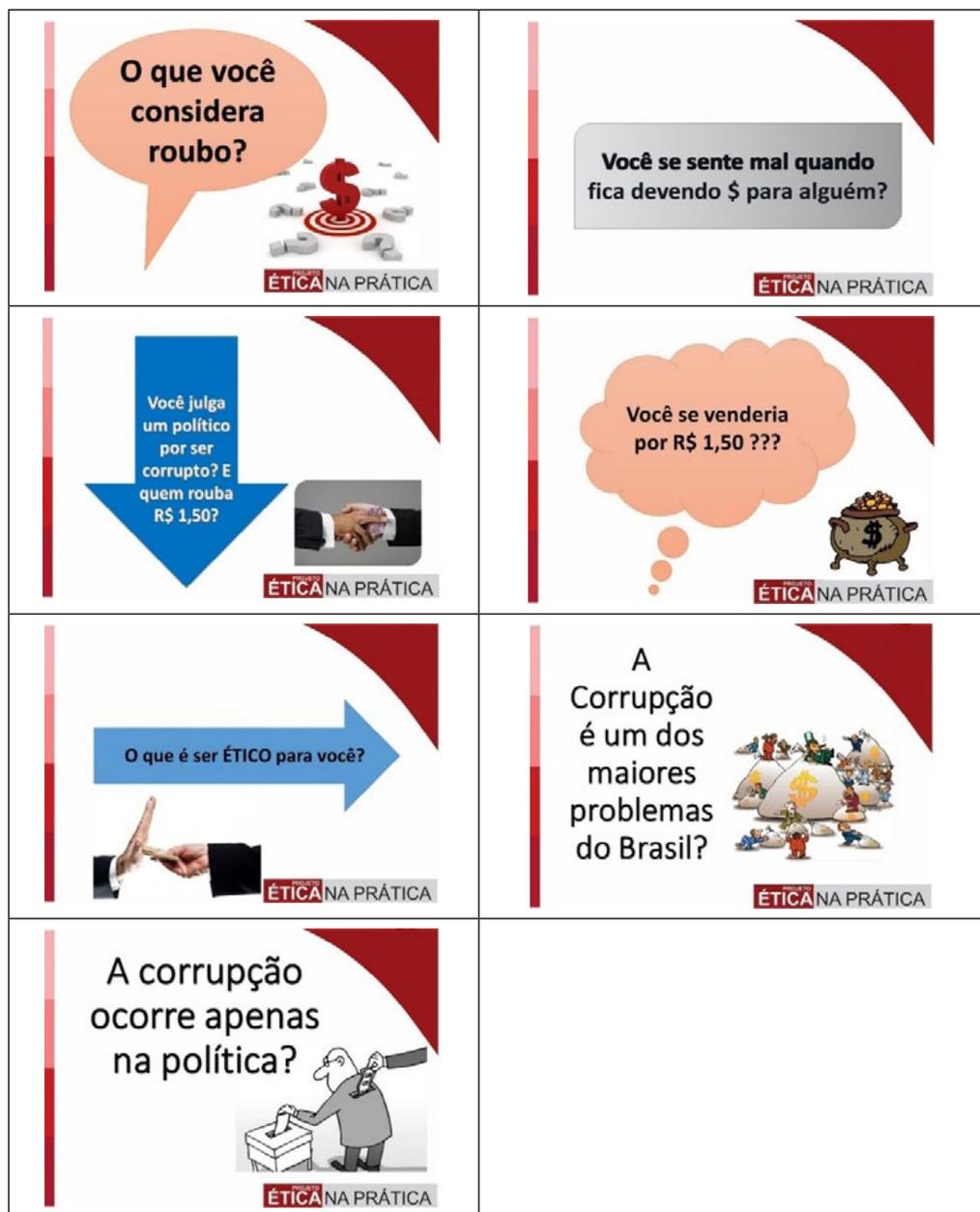


Fonte: o autor, 2023.

A segunda ação consistiu na sensibilização da comunidade acadêmica mediante a fixação de cartazes coloridos em tamanho A3 (ver os modelos de cartazes na Figura 3) com questões reflexivas sobre *reputação*, *corrupção*, *roubo* e *ética* em todos os blocos de banheiros da instituição. Com os dados do projeto visíveis a todos, a ideia da ação foi a de sensibilizar os usuários gerando uma reflexão sobre o impacto qualitativo de se furtar uma garrafa de água. Com os questionamentos levantados na mídia de banheiro, tentou-se mostrar que a indignação dos cidadãos frente aos escândalos de corrupção na política deveria ser a mesma em relação a quem furta uma garrafa de água de R\$ 1,50 dado que, sob o ponto de vista qualitativo, a ação é semelhante.⁸

8 Cabe destacar que no ano de 2016, com o *impeachment* da presidente Dilma Rouseff e os avanços nas investigações da Lava Jato, que teve seu início em 2014, as discussões sobre corrupção e falta de honestidade na política brasileira estavam a pleno vapor. Além do *impeachment* de Dilma, motivado pelas pedaladas fiscais, outro caso marcante foi o da prisão de Eduardo Cunha. O político era Presidente da Câmara dos Deputados e desempenhou papel central ao aceitar o pedido de abertura do processo de *impeachment* contra a presidente da república. Em função dos desdobramentos da Lava Jato e denúncias de corrupção, Cunha teve seu mandato de Deputado cassado em setembro e foi preso em outubro de 2016 (TEMAS, 2021).

Figura 3 – Modelos de cartazes com reflexões de impacto



Fonte: o autor, 2023.

A terceira ação consistiu em tomar o *Projeto Ética na Prática* como tema do *English day*. O *English day* foi uma ação de internacionalização, própria da instituição, e consistiu em promover um momento de integração e aprendizagem em inglês para os estudantes dos diversos cursos mediante uma comunicação breve (de 15 a 20 min.) sobre um tema de interesse geral. Em reunião da Direção com

os Coordenadores de curso foi sugerido que se abordasse sobre tema do *Projeto Ética na Prática* e se fizesse uma reflexão sobre os altos índices negativos da TO registrados até o momento.

Decidido o tema do *English day*, foi realizada uma apresentação em inglês e, em seguida, a mesma apresentação em língua portuguesa. A ação foi realizada em três momentos no Auditório da Instituição possibilitando com que todos os estudantes tivessem acesso às informações e reflexões do *English day*. Além de uma reflexão sobre a corrupção no Brasil e falta de honestidade, também foi abordado sobre a importância do agir ético na vida profissional dando ênfase à missão da IEs e seu compromisso com a formação humanística. Destacou-se a ideia de que a qualidade de um profissional não é medida apenas por seu domínio técnico na área específica de formação, mas também, e principalmente, por sua capacidade de agir de modo ético, sendo honesto, justo e virtuoso onde quer que esteja.

Após a realização do *English day* a geladeira foi reaberta, iniciando-se assim a terceira etapa do projeto da edição de 2016. O resultado da primeira semana após a realização do *English day* foi de -16,17% de TO (ver Quadro 1 abaixo). Esse índice representou uma melhora significativa em relação à última semana antes do fechamento da geladeira, que foi de -60,87% de garrafas não pagas. Entretanto, na segunda semana após a reabertura da geladeira o índice voltou a subir, chegando a -40,68%. Com esse resultado, os idealizadores do projeto resolveram instalar uma câmera filmadora direcionada para a porta da geladeira, contemplando também caixinha de dinheiro. Iniciou-se, assim, a quarta etapa da edição de 2016. Com a instalação da câmera, o objetivo não era o de identificar os responsáveis pelos números negativos da TO, pois isso comprometeria o objetivo inicial do projeto, que era o de criar uma situação autêntica para que a comunidade acadêmica pudesse desenvolver a virtude da honestidade. Assim, a câmera foi instalada, mas não conectada, de maneira que não captava nem armazenava imagens. O objetivo foi apenas o de verificar a reação no modo de agir dos consumidores mediante a instalação do equipamento. Além da instalação da câmera, também foi afixado um cartaz bem visível informando que o espaço poderia estar sendo monitorado por câmera de vigilância. Como se tratava de um projeto de ética na prática, tomou-se o cuidado para não se faltar com a verdade em relação às informações apresentadas e, por isso, foi colocado um cartaz conforme a Figura 4.

Figura 4 – Placa informativa afixada na porta da geladeira.



Fonte: o autor, 2023.

O cartaz de fato não diz que os usuários estariam sendo monitorados, mas sua confecção no modelo característico, fazendo alusão à possibilidade de monitoramento mediante o uso das cores, imagem e formato do cartaz, certamente induziu os consumidores à dúvida sobre o fato de poderem estar sendo monitorados ou não.

Com a câmera instalada (quarta etapa do projeto), na primeira semana a TO deixou de ser negativa e o índice ficou positivo em 15,15% (ver Quadro 1 abaixo). Ou seja, pela primeira vez desde o início do projeto houve um *superávit* no caixa. Na segunda semana após a instalação do equipamento, o índice ficou novamente positivo, com 2,70%. Na terceira semana, o índice ficou ligeiramente negativo, com TO de -1,93%. Na quarta semana, o índice voltou a ser positivo, com 22,17% de sobras no caixa. Após esse período de coleta dados, o projeto foi finalizado.

Os dados do Quadro 1 mostram que a pausa realizada (Etapa 2) e o esforço dispendido para sensibilizar a comunidade acadêmica no intuito de agirem de forma virtuosa não resultou em números melhores. Na décima semana o índice da TO baixou para -16,21% e na semana seguinte voltou a subir atingindo -40,69%. Esse resultado evidencia que as três ações realizadas durante a pausa do projeto até sua reabertura (fechamento da geladeira com corrente e cadeado; mídia de banheiro; *English day*) não levou ao resultado esperado. Com as ações desenvolvidas, esperava-se que os dados negativos da TO reduzissem significativamente chegando a 0% ou próximo disso.

Quadro 1 – Dados das quatro etapas da primeira edição do projeto (2016)

Etapas	Semana	Período	Garrafas consumidas	Valor consumido (R\$)	Valor recolhido (R\$)	Valor pertencente à consciência moral (R\$)	TO Semanal	Média da TE/etapa		
1ª	1	30 ago. a 5 set.	95	142,50	127,30	-15,20	-10,67%	-26,62%	Sem câmera instalada	
	2	6 set. a 12 se.	205	307,50	238,50	-69,00	-22,44%			
	3	13 set. a 19 set.	384	576,00	550,65	-25,35	-4,40%			
	4	20 set. a 26 set.	344	516,00	444,55	-71,45	-13,85%			
	5	27 set. a 3 out.	404	606,00	467,80	-138,20	-22,81%			
	6	4 out. a 10 out.	322	483,00	235,30	-247,70	-51,28%			
	7	11 out. a 17 out.	226	339,00	132,65	-206,35	-60,87%			
2ª	8	18 out. a 24 out.	x	x	x	x	x	x	Sem câmera instalada	
	9	25 out. a 31 out.	x	x	x	x	x			
3ª	10	01 nov. a 7 nov.	212	318,00	266,45	-51,55	-16,21%	-28,45%		
	11	08 nov. a 14 nov.	324	486,00	288,25	-197,75	-40,69%			
4ª	12	15 nov. a 21 nov.	239	358,50	412,80	54,30	15,15%	9,52%		Com câmera
	13	22 nov. a 28 nov.	349	523,50	537,65	14,15	2,70%			
	14	29 nov. a 5 dez.	140	210,00	205,95	-4,05	-1,93%			
	15	6 dez. a 12 dez.	103	154,50	188,75	34,25	22,17%			
Total geral:			3347	5.020,50	4.096,60	-923,90	-18,40%			

Fonte: o autor, 2023.

Fazendo uma análise do projeto e das ações desenvolvidas para melhorar os dados da TO, algumas observações podem ser feitas. Considerando que a ação do *English day* não atingiu toda a comunidade acadêmica, apenas os estudantes e alguns colaboradores, poder-se-ia concluir que a continuidade do elevado índice negativo da TO se deve ao fato de não se ter atingido toda a comunidade acadêmica, principalmente as pessoas externas que eventualmente circulam pela instituição e que não participaram da ação de sensibilização. Entretanto, essa percepção é bastante improvável, pois, durante a segunda etapa do projeto, foram realizadas três ações de sensibilização, duas contínuas (fechamento da geladeira com corrente e cadeado, e mídia de banheiro) e outra pontual (*English day*). Assim, de uma ou de outra maneira, toda a comunidade acadêmica foi contemplada por pelo menos uma das ações de sensibilização, de modo que a possível explicação levantada não se sustenta.

Dado que os esforços dispendidos na etapa dois não melhoraram os índices negativos da TO, decidiu-se por uma ação mais impactante e radical ainda do que a corrente de ferro com o cadeado, que foi a instalação de uma câmera filmadora. Embora o equipamento não tenha sido instalado para monitorar as ações dos usuários, o simples fato de se instalar o equipamento e colocar-se uma placa informativa sobre a possibilidade de monitoramento (ver Figura 4) trouxe mudança significativa nos resultados da TO. Com a instalação do equipamento, três das quatro semanas apresentaram resultados positivos, sendo respectivamente 15,14%, 2,70% e 22,17% de *superávit* semanal.

Na terceira semana após a instalação do equipamento obteve-se um índice negativo de -1,93% na TO. Esse dado é curioso, pois a expectativa era de que haveria índices sempre positivos, haja vista a instalação da câmera e a possibilidade do monitoramento dos usuários. Não obstante isso, embora negativo, o índice foi bem menor comparado a todos os outros nos quais não se contava com a instalação do equipamento. Isso confirma a tese de que as pessoas, quando vigiadas ou monitoradas, tendem a ser honestas e a agirem com retidão.

Convém observar que na penúltima semana do projeto os estudantes, professores e colaboradores da instituição foram informados por e-mail que o projeto seria finalizado no dia 12 de dezembro de 2016. Tal ação talvez tenha induzido alguns consumidores a não depositarem o valor correspondente à água consumida naquela semana, deixando para fazê-lo na última semana. Se esse for o caso, tem-se aí a explicação do índice levemente negativo na terceira semana e um índice positivo acima da média (na etapa com a câmera instalada) na quarta e última semana da primeira edição do projeto.

Outro aspecto que também chama atenção é índice elevado de sobras em três das quatro semanas do projeto com a câmera instalada. Uma possível explicação está no fato de que muitos consumidores, com receio de estarem sendo monitorados (ou de até já terem sido monitorados em semanas anteriores), possam ter devolvido parte do consumo não pago anteriormente.

Considerando os índices das últimas quatro semanas do projeto, pode-se chegar à conclusão de que os índices negativos das semanas relativas à primeira e terceira etapas sejam piores do que os índices apurados e apresentados no Quadro 1. Essa inferência pode ser feita pelo argumento de que, certamente, muitos consumidores sempre agiram virtuosamente, pagando por seus consumos, e por vezes até deixando algum valor a mais na caixinha por não ter como fazer o troco. Se nas últimas semanas do projeto obteve-se percentuais elevados de sobras no caixa, imagina-se que aquelas pessoas que sempre agiram de forma honesta, continuaram pagando por seus consumos como sempre, inclusive deixando sobras de troco na caixinha como de costume. Se isso de fato ocorreu, pode-se afirmar que nas etapas um e três do projeto, quando não havia a instalação da câmera, os índices negativos da TO podem ter sido maiores do que os apurados no período.

A segunda edição do projeto aconteceu em 2018, com 10 semanas ininterruptas de disponibilização de garrafas de água para consumo. A essência do projeto continuou semelhante: mesmos objetivos, oferta dos mesmos produtos e valores praticados na edição de 2016, divulgação semanal dos resultados do projeto, existência de bebedouros com água de qualidade e sem custos para a comunidade acadêmica e disponibilização da geladeira no mesmo lugar da edição de 2016 (sem acesso às câmeras de monitoramento e sem instalação de câmera adicional). Entretanto, com base em alguns comentários de estudantes referentes à edição anterior do projeto, foram introduzidas duas mudanças. A primeira refere-se ao nome do projeto. O que antes era denominado *Projeto Ética na Prática*, agora foi chamado de *Projeto Honestidade*. A mudança se deu justamente para enfatizar o

desenvolvimento da virtude da honestidade. Foi montado um *banner* com alguns conceitos chaves relacionados à honestidade (ver Figura 1) e afixado próximo a geladeira com as garrafas de água para consumo.

A segunda mudança refere-se à evidenciação do destino dos recursos excedentes. Na primeira edição, alguns estudantes comentaram com colegas que entendiam que o valor das águas já estava incluído nas mensalidades da instituição e que, por isso, **não** pagavam pelas águas consumidas. Esse discurso acendeu um sinal de alerta para uma segunda edição do projeto por dois motivos. Em primeiro lugar, esses estudantes provavelmente entendiam que o calote seria custeado pela IEs na qual o projeto estava sendo desenvolvido. Em segundo lugar, porque supunham que as sobras do projeto seriam incluídas no orçamento da instituição. Essa compreensão, no entanto, própria do imaginário de estudantes, poderia ser mudada com uma simples ação de divulgação sobre o destino das sobras do projeto.

Na primeira edição, por mais que desde o princípio o objetivo era direcionar os recursos excedentes a uma instituição social, isso não foi evidenciado na divulgação do projeto. Por essa razão, na segunda edição evidenciou-se desde o princípio que o destino dos valores excedentes era uma entidade social que cuida de gestantes e crianças carentes de Rushoka (Uganda), coordenada por Irmãs religiosas do Brasil em missão na África.⁹ No *banner* do projeto foram expostas algumas fotos da realidade social de Rushoka e da maternidade em construção, coordenada pelas missionárias. Essa ação certamente serviu de motivação para que muitos consumidores de água, que não agiriam de forma justa se as sobras não fossem para fins sociais, arcassem com seus compromissos motivados por esse fim. Com a divulgação do destino das sobras do projeto ficou subentendido que as ações de desonestidade no consumo de águas poderiam afetar mães e crianças em situação de vulnerabilidade social, bem como provocar prejuízos aos próprios organizadores do projeto.

Com as mudanças apontadas, o desenvolvimento da segunda edição do projeto obteve os seguintes resultados:

9 Na primeira edição, pagos todos os custos relacionados ao projeto, foram encaminhados R\$ 972,00 para entidade em Rushoka. Na segunda edição, houve uma sobra de R\$ 1.426,60, que também foram encaminhados para a mesma entidade.

Quadro 2 – Dados da segunda edição do projeto (2018)

Semana	Período	Garrafas consumidas	Valor Consumido (R\$)	Valor recolhido (R\$)	Valor pertencente à consciência moral (R\$)	TO semanal
1	17/09 a 24/09	226	339,00	356,15	17,15	5,06%
2	24/09 a 01/10	262	393,00	320,30	-72,70	-18,50%
3	01/10 a 08/10	195	292,50	285,9	-6,60	-2,26%
4	08/10 a 16/10	100	150,00	144,45	-5,55	-3,70%
5	16/10 a 22/10	290	435,00	392,95	-42,05	-9,67%
6	22/10 a 29/10	278	417,00	425,65	8,65	2,07%
7	29/10 a 05/11	196	294,00	285,3	-8,70	-2,96%
8	05/11 a 12/11	314	471,00	477,95	6,95	1,48%
9	12/11 a 19/11	187	280,50	293,75	13,25	4,72%
10	19/11 a 26/11	208	312,00	329,8	17,80	5,71%
Total geral		2.256	3.384,00	3.312,20	-71,80	-2,12%

Fonte: o autor, 2023.

O quadro mostra que, com exceção da segunda semana, os índices negativos da TO mantiveram-se baixos comparados aos dados da edição de 2016. Não há uma razão clara que justifique o índice negativo de -18,50% da segunda semana. A partir de uma análise preliminar poder-se-ia afirmar que esse dado se justifica pelo fato de o projeto ainda estar em seu início, de modo que os usuários teriam as semanas seguintes para liquidar os consumos feitos e não pagos naquela semana. Entretanto, o Quadro 2 evidencia que foram quatro semanas consecutivas com índices negativos, o que mostra que não houve compensação do índice negativo referente à segunda semana. Isso também é confirmado pelo fato de o índice da sexta semana ser positivo com apenas 2,07% e logo, na semana seguinte, voltar a ser negativo novamente (-2,96%)

Nas três semanas finais do projeto teve-se resultados positivos com índices de 1,47%, 4,72% e 5,70% respectivamente. Esses índices positivos no final do projeto certamente também não foram para compensar o alto índice negativo da segunda semana (-18,50%), pois o intervalo de tempo daquela semana para as três últimas é bem significativo (5 semanas). Levando-se em conta o contexto da ação, pode-se afirmar que os índices positivos das três últimas semanas se devem mais ao *marketing* corpo a corpo do projeto, feito por professores e estudantes simpáticos à ação, do que à compensação do índice negativo da segunda semana do projeto. Pelo fato de os índices negativos da TO terem se mantido em níveis aceitáveis ao longo de todo o período, com exceção da segunda semana, não houve necessidade de mudanças no projeto como ocorreu na primeira edição.

Numa análise comparativa dos dados constantes nos Quadros 1 e 2, fica evidenciado um resultado bem mais satisfatório na segunda edição do projeto. A questão que naturalmente se coloca é: a que se deve esse resultado? Conforme já relatado acima, a mudança mais significativa refere-se à divulgação do destino

dos recursos excedentes. Essa mudança certamente contribuiu para se alcançar um resultado melhor na segunda edição. Cabe lembrar que na IEs onde o projeto foi desenvolvido há vários bebedouros com água gelada à disposição e que, portanto, não havia necessidade de se consumir água da geladeira como se fosse a única opção para saciar a sede. Desta maneira, o consumo de água do projeto com a intenção de não pagar pelo consumo revela clara falta de honestidade e, conseqüentemente, uma atitude de alguém que buscou tirar proveito de uma situação em benefício próprio.

Os resultados das duas edições do projeto mostraram que o agir justo dos usuários se mostrou efetivo apenas quando norteados por algum *motivo* além do simples cumprimento do dever de ser justo, honesto e ético. Na primeira edição, a instalação da câmara revelou claramente esse modo de agir de muitos dos consumidores, pois, o motivo que os levou a serem honestos e a cumprirem com o dever de pagar pelos consumos realizados, foi a possibilidade de serem identificados e, conseqüentemente, poderem receber algum tipo de punição. Na segunda edição do projeto, a informação sobre o destino do dinheiro excedente parece ter sido o grande motivo para o agir justo dos consumidores. Com a informação explícita no *banner* do projeto de que o dinheiro arrecadado iria para uma instituição de caridade, isso de fato pode ter sido uma grande motivação para muitos dos usuários pagarem pela água consumida. Os consumidores estavam cientes de que, se consumissem água sem pagar, a prática da desonestidade poderia afetar diretamente a vida de gestantes e crianças da vila de Rushoka (Uganda) que se encontram em situação de vulnerabilidade social. O apelo visual, com fotos da maternidade em construção e da situação de carência das crianças da África (ver Figura 1), pode ter de fato influenciado o agir de muitos usuários na segunda edição do projeto.

Fazendo uma relação com pensamento ético de Kant, pode-se afirmar que o agir bem (justo) motivado por elemento externo ao puro dever de fazer o bem, revela uma ação boa, mas não absolutamente boa. Para o autor, quem faz o bem por uma motivação externa, age *conforme ao dever*, mas não *por dever*. A ação é boa, pois é universalizável, ou seja, sua máxima de ação poderia ser aceita também como lei universal. Porém, não se trata de uma ação absolutamente boa, pois é movida por uma inclinação que a estimula. De acordo com Kant (2000), uma ação justa só tem efetivo valor moral quando realizada pelo *puro dever* de fazer o bem. Tal é o caso dos consumidores de água que, desde o princípio, cumpriram com seu dever pelo puro dever de fazê-lo, não porque o dinheiro seria destinado a uma entidade que atende pessoas em situação de vulnerabilidade social ou pela possibilidade de serem identificados, mas que agiram bem simplesmente porque não é justo se apossar de algo que não lhes pertence. O agir bem pelo puro dever de fazê-lo, revela uma ação com estima, uma ação louvável e que tem mérito moral (KANT, 2000, p. 27-9). Nessa linha de pensamento, o caráter mais elevado se revela numa ação realizada, não por inclinação, mas pelo puro dever de fazê-la. O agir justo, realizado por alguma inclinação, não deixa de ser uma ação boa. Contudo, não revela uma ação boa em si mesma, pois foi realizada pelo estímulo de uma inclinação. Ações dessa natureza, segundo Kant (2000 p. 27-9), por mais amáveis que sejam, não possuem

verdadeiro valor moral. Uma ação só tem autêntico valor moral se ela for praticada *por dever*.

De acordo com Kant (2000, p. 27), diferente das ações *conformes ao dever* ou *por dever*, são as ações *contrárias ao dever*. *Contrárias ao dever* são as ações praticadas em desconformidade com o imperativo da moralidade. Tal é o caso das pessoas que consumiram água e não arcaram com o valor do respectivo consumo. A máxima de ação desses sujeitos jamais poderia ser transformada em lei universal. Ao transformá-la em lei universal, perceber-se-ia que não poderia subsistir como lei. Querer uma lei universal do *roubar* ou *furtar* colocaria em xeque a convivência pacífica entre os homens, e o direito de propriedade seria minado. Logo, o dever é fazer o contrário disso.

Aristóteles não faz essa distinção entre ações *conformes ao dever* e ações *por dever*. Para ele, as ações justas, determinadas por meio do uso da sabedoria prática e boas para todos os possíveis concernidos, são *ações virtuosas* e devem ser praticadas reiteradamente para que possamos nos tornar sujeitos virtuosos. As *ações contrárias ao dever* (não justas, não boas e, portanto, não virtuosas), praticadas reiteradamente, constituem *vícios*. O dever do homem, portanto, é desenvolver o hábito de praticar atos bons. Só assim poderá alcançar a *Eudaimonia* (Felicidade) que, segundo o filósofo, é o bem maior e fim último do homem.

Considerando o pensamento de Aristóteles e as duas edições do projeto, pode-se afirmar que aqueles que cumpriram o *dever*, independentemente das motivações intrínsecas ao agir, estão no caminho da *Eudaimonia*. Os que praticaram a justiça e foram honestos revelaram-se virtuosos e, mantendo a prática reiterada de atos bons, certamente alcançarão *Eudaimonia*. De acordo com a ética aristotélica, independentemente do motivo da ação, nosso dever é fazer o que é justo, ou seja, aquilo que não implica em danos e prejuízos a terceiros.

Nesse sentido, olhando novamente para as duas edições do projeto e com base no pensamento ético de Kant e de Aristóteles, o único tipo de ação que por princípio não se justifica são as *ações contrárias ao dever*. Para aqueles que agiram de modo justo, mesmo que motivados pela inclinação de ajudar as pessoas em situação de vulnerabilidade social, cumpriram com o dever e sua ação pode ser considerada virtuosa (Aristóteles) e universalizável (Kant). Porém, o modo de agir bom em si mesmo, e que de fato serve de modelo a ser seguido, é o agir *por dever* no sentido kantiano do termo, pois trata-se de ações absolutamente boas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A desenvolvimento do projeto mostrou que, nas duas edições, muitos consumidores apenas agiram de forma justa quando possuíam algum motivo externo ao puro dever de fazer o bem que os sensibilizasse para agir de forma justa. Quando havia certeza da não vigilância ou identificação sobre o modo de agir, algumas pessoas puseram em prática o “jeitinho brasileiro” no sentido negativo do termo para tirar proveito da situação em benefício próprio. Por outro lado, observou-se

que, quando houve uma sensibilização para a realização de atos justos visando o benefício de pessoas que se encontram em situação de vulnerabilidade social, houve um comprometimento maior dos usuários com o agir justo.

Fazendo um paralelo com o pensamento de Aristóteles, pode-se afirmar que as pessoas que agiram de forma justa e arcaram com seus compromissos relacionados ao consumo de garrafas de água, foram virtuosas em suas ações independentemente dos motivos que as levaram a agir de modo justo. Já, no que diz respeito ao pensamento de Kant, as pessoas que agiram bem apenas quando foram motivados pela instalação da câmera ou pela sensibilização humanitária, foram justos, sim, e cumpriram com o dever, mas não agiram com *mérito moral*. Suas ações foram *conformes ao dever*, mas esse modo de agir não se revelou como absolutamente bom. Segundo Kant, o agir moral por excelência é o agir justo (universalizável) pelo puro dever de fazer o bem. As ações com mérito moral e boas em si mesmas são as realizadas *por dever*, motivadas única e exclusivamente pela pura boa vontade, pelo puro desejo de fazer o bem. Embora seja difícil esse modo de agir, é o ideal que, como humanos, devemos sempre buscar.

De acordo com Aristóteles, o agir virtuoso não é alcançável apenas pelo ensino, mas pela prática reiterada de atos bons. Nesse sentido, o desenvolvimento do projeto buscou oportunizar uma situação autêntica de aprendizagem que fosse além dos ensinamentos teóricos das disciplinas do eixo de formação humana e permitisse o desenvolvimento do agir ético por meio da prática de ações virtuosas. Se a primeira edição não trouxe resultados tão satisfatórios quanto à segunda, ambas as edições certamente trouxeram excelentes oportunidades de reflexão e aprendizagem para a comunidade acadêmica em questão. Enquanto sujeitos racionais e eternos aprendizes, temos o dever constante de pensar sobre nosso agir e nos tornarmos sujeitos melhores a cada dia. Esse é o caminho para buscarmos o *esclarecimento* kantiano e a *eudaimonia* aristotélica. A prática de ações desonestas que são pouco representativas sob o ponto de vista quantitativo, como é o caso do furto de garrafas de água, além de afastar o sujeito da *maioridade* kantiana e da *felicidade eudaimônica* de Aristóteles, sob o ponto de vista da ética coloca-o na mesma classe dos políticos corruptos.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, João Gabriel Nascimento de. Jeitinho Brasileiro, Corrupção e Contabilidade. **Revista Evidenciação Contábil e Finanças**, João Pessoa, v. 8, n. 2, p. 43-55, maio/ago. 2020.
- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômacos**. 3. ed. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1992.
- BRASIL. DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 7 DE DEZEMBRO DE 1940. **Código Penal**. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-2848-7-dezembro-1940-412868-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 5 out. 2022.

KANT, Immanuel. **Crítica da Razão prática**. Lisboa: Edições 70, 1997.

KANT, Immanuel. **Fundamentação da Metafísica dos Costumes**. Lisboa: Edições 70, 2000.

KANT, Immanuel. Resposta à pergunta: o que é iluminismo? In: _____. **A paz perpétua e outros opúsculos**. Lisboa: Edições 70, 1995.

PACTO EDUCATIVO GLOBAL: *Instrumentum laboris*. Disponível em: <<https://anec.org.br/wp-content/uploads/2020/02/instrumentum-laboris-pt.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2022.

PEDROSO, José Pedro; NAKATANI, Márcia; MUSSI, Fabrício Baron. A relação entre o jeitinho brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v.10, n. 4, jul./ago. 2009, p. 100-130.

PLATÃO. Defesa de Sócrates. In: **Sócrates**. 4. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1987, p. 3-27. (Coleção: Os Pensadores).

PODER360. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/internacional/brasil-esta-entre-os-paises-mais-desonestos-do-mundo-diz-pesquisa/>>. Acesso em: 5 out. 2022.

TEMAS que marcaram a política em 2016. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/politica-em-2016-retrospectiva-7-temas/>>. Acesso em: 8 out. 2022.

TRANSPARÊNCIA INTERNACIONAL. Índice de Percepção da corrupção 2020. Disponível em: <<https://transparenciainternacional.org.br/ipc/>>. Acesso em: 5 out. 2022.