

FACULDADE LABORO  
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM MBA EM GESTÃO DE PESSOAS E  
LIDERANÇA

**LUCIANA RODRIGUES DOMINGUES**

**ÉTICA E COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL COMO  
FORMADORES DE CONSCIÊNCIA PROFISSIONAL**

São Luís – MA

2018

**LUCIANA RODRIGUES DOMINGUES**

**ÉTICA E COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL COMO  
FORMADORES DE CONSCIÊNCIA PROFISSIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em MBA em Gestão de Pessoas e Liderança da Faculdade Laboro, para obtenção do título de Especialista.

Orientadora: Profa. Ma. Ana Nery Rodrigues dos Santos.

São Luís – MA

2018

Domingues, Luciana Rodrigues

Ética e comunicação no ambiente organizacional como formadores de consciência profissional / Luciana Rodrigues Domingues -. São Luís, 2018.

Impresso por computador (fotocópia)

21 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão de Pessoas e Liderança) Faculdade LABORO. -. 2018.

Orientadora: Profa. Ma. Ana Nery Rodrigues dos Santos

1. Ética. 2. Comunicação. 3. Organização. 4. Conduta Ética Profissional.  
I. Título.

CDU: 659.3:658

**LUCIANA RODRIGUES DOMINGUES**

**ÉTICA E COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL COMO  
FORMADORES DE CONSCIÊNCIA PROFISSIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Especialização em MBA em Gestão de  
Pessoas e Liderança da Faculdade Laboro, para  
obtenção do título de Especialista.

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

**Profa. Ma. Ana Nery Rodrigues dos Santos**

---

**Examinador 1**

---

**Examinador 2**

## ÉTICA E COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL COMO FORMADORES DE CONSCIÊNCIA PROFISSIONAL

LUCIANA RODRIGUES DOMINGUES<sup>1</sup>

### RESUMO

A ética no âmbito organizacional baseia-se nas normas que regem as ações e comportamentos de cada colaborador, sendo que o profissional que manifesta uma conduta ética conquista maior respeito e credibilidade. Quando a empresa e os profissionais prezam por princípios éticos, esta atitude ocasiona bons relacionamentos interpessoais; utilização de linguagem adequada nas comunicações; responsabilidade social, além de maior motivação e produtividade. O presente artigo tem por objetivo versar sobre a importância da ética e da comunicação no ambiente organizacional como instrumento da formação de consciência profissional de maneira a contribuir nos seguintes pontos: desenvolvimento empresarial; diferencial competitivo; na conduta profissional; na interação organizacional, além do alcance de bons resultados. No decorrer do desenvolvimento deste estudo, foi verificada a importância da utilização da ética e da comunicação nas empresas e os benefícios que a utilização dos mesmos promove. Neste estudo foram buscados os principais teóricos: Denise de Fátima Andrade; Carole Bennett; Rafael Crivelaro e Jorge Yukio Takamori; Francisco Gomes de Matos; Antônio Lopes de Sá; Sandra Helena Terziotti e Isabel Macarencio e José Trasferetti. Nessa perspectiva, adotou-se na pesquisa a metodologia referencial bibliográfica que foi realizada no segundo semestre de 2018, utilizando-se de livros da biblioteca da Faculdade Laboro e artigos disponíveis na internet que versam a respeito do tema.

**Palavras-chave:** Ética. Comunicação. Organização. Conduta Ética Profissional.

## ETHICS AND COMMUNICATION IN THE ORGANIZATIONAL ENVIRONMENT AS PROFESSIONAL CONSCIOUSNESS TRAINERS

### ABSTRACT

The ethics in the organizational scope is based on the norms that govern the actions and behaviors of each collaborator because the professional that manifests an ethical conduct conquers more respect and credibility. When business and professionals value ethical principles, this attitude leads to good interpersonal relationships; use of appropriate language in communications; social responsibility, as well as greater motivation and productivity. The aim of this article is to study the

---

<sup>1</sup> Especialização em MBA em Gestão de Pessoas e Liderança pela Faculdade Laboro, 2018.

importance of ethics and communication in the organizational environment as an instrument for the formation of professional awareness in order to contribute to the following points: business development; competitive differential; in professional conduct; in organizational interaction, beyond the reach of good results. During the development of this study, it was verified the importance of the use of ethics and communication in companies and the benefits that the use of them promotes. In this study the main theorists were searched: Denise de Fátima Andrade; Carole Bennett; Rafael Crivelaro and Jorge Yukio Takamori; Francisco Gomes de Matos; Antônio Lopes de Sá; Sandra Helena Terciotti and Isabel Macarenco and José Trasferetti. In this perspective was adopted in the research the bibliographic referential methodology that was carried out in the second semester of 2018, using books from the Faculdade Laboro library and articles available on the Internet that deal with the subject.

**Keywords:** Ethics. Communication. Organization. Professional Ethics Conduct.

## 1 INTRODUÇÃO

Nas relações organizacionais atuais, o agir com ética significa agir de acordo com determinadas normas, prescrições estabelecidas pelo Código de Ética instituído na empresa – desenvolvimento de diretrizes de comportamento ético. O problema é que estas normas em algum momento não são observadas pelos integrantes da organização, dificultando a convergência entre o discurso e as práticas empresariais do dia a dia. Sá (2010) afirma que é dever de todos cumprir o Código de Ética e que esta prática é obrigatória nas profissões como se fosse uma lei a ser cumprida.

A ética está diretamente ligada a valores, como, honestidade, prudência, responsabilidade, respeito, entre outros, onde estes – de acordo com o modo como são utilizados – podem construir ou destruir a imagem da organização. Para Matos (2011), o não cuidado com a gestão de valores organizacionais gera prejuízos significativos que podem ser fatais.

Em se tratando do processo comunicacional dentro da cultura organizacional, quando é eficiente, se torna um grande recurso para a qualidade e entendimento do propósito solicitado. Terciotti e Macarenco (2009) afirmam que para os elementos se manterem sintonizados, a comunicação vem ser a principal ferramenta de informação; é preciso haver e fazer a propagação de informações dentro da empresa. Andrade (2010) diz que para haver um diferencial de resultados no meio empresarial – de visibilidade e prestígio no mercado e diante de seus clientes – a comunicação deve ser empregada como uma ferramenta estratégica

bem estruturada. A comunicação coesa, será o guia que irá ajudar na compreensão da cultura organizacional e também ajudar a empresa no mundo dos negócios.

Como foi dito anteriormente, a comunicação é a principal ferramenta de informação; dessa forma, é preciso ter um cuidado com os meios de difusão de informação (e-mail, telefone, circular, etc.) dentro da empresa, pois, qualquer tipo de alteração negativa pode resultar em perdas tanto pessoais como organizacionais. Se os problemas relacionados à falha de comunicação não forem resolvidos, a empresa não conseguirá atingir os seus objetivos e poderá ir à falência.

Com relação ao sigilo profissional, Sá (2010) afirma que o correto quando se estiver exercendo a profissão é não revelar sobre tudo o que se toma conhecimento. A prática do sigilo – que objetiva resguardar informações confidenciais – é fundamental e é exigida em diversas profissões onde a sua quebra pode ocasionar graves problemas para a empresa.

Além das responsabilidades econômicas e legais, as empresas precisam também se preocupar com as responsabilidades éticas, morais e sociais. De acordo com Trasferretti (2011), a ética no mundo dos negócios tem como função ser formadora de cidadãos responsáveis, sendo isto indispensável para o desenvolvimento social. Já para Bennett (2012) a tomada de decisões éticas, dentro do ambiente organizacional, faz com que o funcionário se torne valioso e, conseqüentemente, será mais requisitado por conta da sua responsabilidade ética no exercício de sua função.

Deve-se destacar, ainda, que, infelizmente, nas instituições empresariais há indivíduos ambiciosos que pouco se importam com os valores éticos, que farão algo, não importando como – dando tudo de si – para a obtenção de benefícios próprios, se tornando habitual este procedimento – ambição pessoal – o que lamentavelmente acaba refletindo na sociedade inteira, tornando-a a mais prejudicada.

É característico de todas as organizações, se manterem competitivas e se fortalecendo a cada dia no mercado e atender melhor seu consumidor; para isso, desenvolvem novos padrões – algumas vezes não seguindo um modelo ético – com o intuito de conseguirem estabilidade comercial. O termo competitividade assume duas formas distintas, ainda mais quando estiver relacionada à ética. Uma dessas formas tem relação com disputa por algo entre todos; quando estiver relacionado à ética, se torna mais eficiente e eficaz dentro das organizações no sentido de ofertar

produtos e serviços de melhor qualidade, confiáveis e com custos menores, fazendo com que os clientes/usuários fiquem mais satisfeitos do que quando servidos por concorrentes da empresa que os ofereceu outros tipos de serviços/produtos.

No que se refere à responsabilidade social, as empresas que crescem, constantemente, criam programas que visam a ações cooperativas destinadas à sociedade de uma forma geral e ao meio ambiente. Para Matos (2011), o engajamento de equipes em ações socialmente responsáveis demanda de organização para que as motivações e os esforços não se dissipem. Segundo Bennett (2012), quando ocorrem acidentes ambientais ou suspeitas de violações às leis que preservam o meio ambiente, as empresas éticas creem que os seus funcionários devem informar de imediato aos supervisores.

Assim como as instituições empresarias, ninguém pode se isolar da comunidade onde cada indivíduo tem uma parcela das obrigações éticas a serem cumpridas na sociedade (desenvolvimento sustentável e qualidade de vida aos mais necessitados). Os objetivos da responsabilidade social devem sempre estar ligados à ideia do bem-estar social objetivando o ideal de uma sociedade mais justa – mudança social positiva.

No que se refere ao relacionamento interpessoal nas organizações, Crivellaro e Takamori (2006) falam que a empatia é colocar-se psicologicamente e em sentimento no lugar do outro, visto que, no trabalho, ser empático significa ensinar corretamente e adequadamente os procedimentos a um colega; ajudá-lo quando for preciso com o trabalho acumulado; ser justo, sem distinção ou privilégio; tratar todos com dignidade, além de ter uma preocupação com o outro e saber ouvi-lo, etc. A capacidade de desenvolver bons relacionamentos exige autoconhecimento e empatia para conviver com personalidades diferentes. Apesar do ser humano ser sociável, qualquer tipo de relacionamento é complexo por ser formado por indivíduos distintos que agem, pensam e comportam-se de forma desigual, sendo estas características que irão determinar o sucesso ou o fracasso de uma organização. Daí a importância que a empresa deve ter para com o desenvolvimento de habilidades no sentido de ter bons relacionamentos interpessoais; podendo, dessa forma, evitar problemas, anteceder soluções e vislumbrar novas oportunidades para o crescimento dos lucros organizacionais.

Quanto à conduta ética profissional, ter educação e respeito com o próximo é extremamente necessário; deve ser uma constante para haver um clima

de cooperação e parceria entre as partes que se relacionam diariamente. Condutas antiéticas – desonestidade, quebra de sigilo, falta de comprometimento, imprudência, falta de humildade, entre outros – são padrões que devem ser evitados para não comprometer o bom clima organizacional e afetar o rendimento das equipes. Ter uma postura correta e coerente melhora o relacionamento interpessoal além de contribuir para o alcance e o crescimento dos resultados.

Nesse contexto, a ética associada à comunicação, se configuram como importantes ferramentas para auxiliar no processo de formação de consciência profissional. Elas constituem um instrumento para a melhoria da interação entre os membros da organização e para o alcance de objetivos organizacionais, desempenho da empresa e do profissional, sendo também caracterizadas como uma forma de melhoria do clima organizacional.

Todavia, entende-se também que, hoje, seguir determinados valores e normas de comportamento e de relacionamento que são usados no ambiente de trabalho se torna difícil pelo fato de haver atitudes antiéticas por parte dos indivíduos que integram o ambiente corporativo. Assim, o estudo se propôs a abordar sobre a importância da ética e comunicação no ambiente organizacional como instrumento da formação de consciência e conduta profissional além de favorecer o desenvolvimento da interação social entre os membros. Para tanto, serão estudados inicialmente aspectos gerais sobre a ética, para que possa haver entendimento acerca do seu conceito e da sua aplicabilidade no âmbito organizacional. Na segunda parte será tratado sobre a comunicação e o sigilo profissional que fazem parte do dia a dia de uma organização. Em seguida, serão abordados aspectos que levam a comportamentos antiéticos e a comportamentos que geram compromisso social para com o próximo. Enfim, no último capítulo será mostrada a importância de praticar relações sociais saudáveis e uma conduta ética profissional coerente, além de itens que irão subsidiar no desenvolvimento destes dois tópicos.

## **2 NOÇÕES DE ÉTICA: CONCEITO, CÓDIGO E SUA APLICAÇÃO NO ÂMBITO PROFISSIONAL**

Quando o assunto se refere à conduta ética profissional, cada organização, seja ela pública ou privada, estabelece a sua conduta moral. Entretanto, antes de adentrar no termo ética profissional, devemos entender primeiramente o que quer dizer o termo ética.

Segundo Matos (2010),

A ética é a ciência do bem comum. Implica preservar a dignidade humana, a liberdade a igualdade de oportunidades, o respeito aos direitos humanos. Sem uma Ética mínima não há grupo sustentável. A cultura organizacional, os valores que presidem e orientam as relações sociais, as verdades comuns e o bem-estar decorrente do espírito de solidariedade criam as condições para que a consciência ética seja algo tão natural quanto o oxigênio. Não há o que discutir; o comportamento ético é condição essencial. (MATOS, 2011, p. 35-36).

Ou seja, a ética orienta o comportamento do indivíduo através de princípios e valores morais, sendo esta relacionada ao caráter, personalidade de uma pessoa ou mesmo de um grupo, agindo dentro dos padrões convencionais e procedendo para o bem, não prejudicando o seu próximo.

No que tange à ética profissional, esta se refere às normas éticas que compõem a consciência do profissional. Este cumpre as atividades que lhe são atribuídas no trabalho, respeitando e praticando os princípios, normas e condutas que a organização estabeleceu. Possuindo uma conduta ética, o profissional irá obter confiança e reconhecimento de todos na organização.

Para cada área de atuação, existe um Código de Ética cuja finalidade é padronizar/orientar procedimentos operacionais e métodos de comportamento obrigatórios que deverão ser seguidos pelos profissionais no decorrer da profissão, servindo também como um manual de boa convivência no ambiente de trabalho.

Segundo Nascimento (2014), “ele visa o bem estar da sociedade, de forma a garantir a sinceridade dos membros tanto de fora quanto de dentro da instituição” (NASCIMENTO, 2014). O não cumprimento dos princípios estabelecidos no Código de Ética pode gerar penas disciplinares. Ainda segundo o autor:

Para se ter um código de ética efetivo dentro da empresa é necessário que este comece de cima, ou seja, que os administradores da empresa o sigam, e os preceitos deste devem buscar atingir a todos os membros da empresa, ou do grupo organizado. (NASCIMENTO, 2014).

Cultivando uma conduta ética profissional bem estruturada originando-se da liderança para os colaboradores, irá contribuir para a melhoria do clima organizacional além do crescimento da empresa e de todos os envolvidos no processo.

### **3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E SIGILO PROFISSIONAL**

A comunicação é considerada como um processo vital dentro das organizações, por que qualquer ação começa com a comunicação, contribuindo para melhorias e alcance de objetivos da empresa.

Segundo Andrade (2010), organização é “um conjunto organizado de meios que exercem uma atividade que produz e oferece bens e/ou serviços, com o objetivo de atender a alguma necessidade humana.” (ANDRADE, 2010, p. 27). Ou seja, um conjunto de recursos humanos, financeiros, materiais entre outros itens, que tem um mesmo propósito: atender objetivos que seriam inatingíveis para uma pessoa.

Independente do segmento, a organização é uma instituição muito importante porque esta é constituída por pessoas que a mantêm no mercado; pessoas que, através do processo de troca e recebimento de informações, conseguem satisfazer as suas necessidades humanas, ou seja, contribuem para a sua valorização enquanto ser humano se sentindo parte integrante da empresa.

Ainda segundo Andrade (2010),

A comunicação é a troca de informações entre pessoas. É o ato ou efeito de emitir, transmitir e receber mensagens por meio de métodos e/ou processos combinados, seja através da linguagem falada ou escrita, seja por meio de outros sinais, signos ou símbolos, tanto de aparelhos técnicos, sonoro e/ou visual. (ANDRADE, 2010, p. 45).

De acordo com Terciotti e Macarenco (2009), “comunicação é o ato de compartilhar informações entre duas ou mais pessoas, com a finalidade de persuadir ou de obter um entendimento comum a respeito de um assunto ou de uma situação.” (TERCIOTTI; MACARENCO, 2009, p. 2). No ramo empresarial, o processo comunicacional ocorre através da linguagem se tornando um diferencial eficaz no alcance dos resultados. A troca de informação entre duas ou mais pessoas (comunicação interpessoal) conta com o auxílio de e-mail, telefone, circular, palavras, gestos, gráficos, imagens, etc. Nesse processo deverá haver a preocupação para que não haja ruídos, pois, poderá resultar em perdas pessoais e/ou organizacionais. Uma forma de melhorar a comunicação interpessoal seria: usar uma linguagem simples com o uso de palavras conhecidas; informações completas; vários meios – canais – para facilitar a interpretação do receptor e, se possível, falar pessoalmente com o ouvinte.

Podemos destacar os elementos no processo comunicacional e suas funções, de acordo com Andrade (2010):

- **Emissor:** quem transmite a mensagem;
- **Receptor:** ouvinte que recebe a mensagem emitida pelo emissor;

- **Mensagem:** são todas as informações que são transmitidas pelo emissor;
- **Código:** são os sinais utilizados na comunicação para transmitir a mensagem;
- **Canal de comunicação:** é o meio pelo qual é transmitida a mensagem que pode ser através de TV, rádio, jornal, revista, e-mail, etc.;
- **Ambiente ou Contexto:** também chamado de referente, trata-se da situação comunicativa em que estão inseridos o emissor e o receptor;
- **Ruído:** qualquer problema que atrapalhe a comunicação.

Por meio destes elementos citados logo acima, acontece a interação social efetuando-se com pessoas de um determinado grupo social e cultural, ou seja, a comunicação mantém as partes sintonizadas: o colaborador sintonizado com a empresa; sintonizado com outro colaborador e vice-versa.

De acordo com Azeredo (2011),

A comunicação organizacional ou empresarial, assim, tem por fim ser o elemento de equilíbrio e transformação nos processos sociais internos das organizações. Trabalhando os diversos públicos, prioritariamente interno e externo, a comunicação deve possibilitar à organização o equilíbrio nas relações do público interno de modo a repercutir nas relações com o público externo, consumidor da imagem da organização, a qual é o reflexo do ambiente organizacional. (AZEREDO, 2011).

A comunicação organizacional também chamada de empresarial, corporativa ou institucional, apresenta-se como uma ferramenta capaz de dar valor à marca da empresa – entidade lucrativa – e ajudar nas vendas de produtos e/ou serviços, sendo dividida em: comunicação externa e comunicação interna. A *comunicação externa* visa ao relacionamento com o público externo – clientes, fornecedores e a sociedade de forma geral; já a *comunicação interna*, formada pelos colaboradores da empresa, proporciona o estímulo ao diálogo e ao processo de troca de informações, fazendo com que o colaborador fique bem informado e se sinta parte integrante e parceiros da organização (ferramenta de interação organizacional). É através da comunicação interna que em alguns momentos as informações circulam de maneira inadequada – fofocas, boatos, rumores negativos e a até a quebra do sigilo profissional pode ocorrer.

Em se tratando do sigilo profissional, este termo remete a ideia de confidencialidade, sendo a guarda de informações confidenciais que são obtidas no

exercício da profissão, e a sua violação compromete o elemento confiança encontrado nas relações interpessoais profissionais.

Segundo Sá (2010), “revelar o que se sabe, quando a respeito do conhecido, quem o confiou, pediu reserva, é quebra de sigilo... o sigilo assume o papel de algo que é confiado e cuja preservação de silêncio é obrigatória.” (SÁ, 2010, p. 214). Isto é, o sigilo profissional, é o comportamento onde o colaborador não deverá divulgar ao público ou à empresa concorrente, métodos, fórmulas ou qualquer outro tipo de informação que possa prejudicar a empresa ao qual ele está trabalhando.

O sigilo profissional é fundamental na prática da ética profissional, onde alguns pontos cruciais podem ocasionar em punições, seja por meio de repreensões, multa ou detenção, caso haja o seu descumprimento.

Ainda segundo Sá (2010),

Se uma pessoa mantém sigilo sobre o que a outra a ela revelou, segue tal conduta quase por um instinto natural de vontade, mas, se não o faz, recebe intimamente, repreensões de sua consciência, sentindo certo peso que não pode explicar, mas que pode perceber (a menos que seja malformado, e, nesse caso, situa-se entre as exceções), além da condenação de quem foi prejudicado e de terceiros que possam observar nesse ato uma desqualificação para quem o pratica. (SÁ, 2010, p. 96).

A guarda de informações sigilosas obtidas no exercício da profissão está previsto em muitos dispositivos legais como: a Constituição Federal Brasileira; o Código Penal; o Código Civil, entre outros, sendo este direito de confidencialidade interesse de toda a sociedade.

#### **4 ÉTICA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL: AMBIÇÃO, COMPETIÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Como já foi dito anteriormente, as organizações possuem regras éticas estabelecidas que devem ser cumpridas pelos seus colaboradores, estabelecendo a moralidade a que a empresa deve se firmar, contudo, existem várias pessoas ambiciosas que agem de modo imoral ou amoral, não obedecendo essas regras com o intuito de obterem privilégios para si próprios de forma desonesta, tornando-se a ambição um grande desafio para o comportamento ético. Dessa forma, o estabelecimento de padrões éticos rígidos se torna um requisito para a fixação de confiança, que vem ser a base para ações cooperativas e para os relacionamentos interpessoais.

O fato do ser humano se envolver em comportamentos antiéticos, se dá em razão de sua natureza competitiva agregada à busca dominante pelo proveito sobre algo ou alguém. O termo competitividade é bastante empregado nas organizações com o intuito de oferecer produtos e/ou serviços de qualidade com custos menores para deixar os seus clientes satisfeitos, contrastando quando os clientes são atendidos por seus concorrentes.

A competitividade no ambiente organizacional, muitas vezes, é tomada pela falta de ética, onde, a qualquer custo, pessoas buscam vantagens, regalias para si próprias não levando em consideração que isto pode resultar em desvantagens para outras pessoas.

Segundo Sousa (2009),

A competitividade deve ser marcada na qualidade dos produtos oferecidos, na competência de entrega, nas relações com os clientes entre outros meios estratégicos que podem levar o produto ao mercado de forma competitiva e ética. (SOUSA, 2009).

Ou seja, os princípios éticos ligados à competitividade, quando voltados para o bem, se convertem em benefícios voltados para a responsabilidade social.

A responsabilidade social é algo ligado diretamente à postura ética de uma empresa. Para Matos (2011),

A responsabilidade social é uma exigência básica para a atitude e para o comportamento ético, por meio de práticas que demonstrem que a empresa possui uma alma, cuja preservação implica solidariedade e compromisso social. (MATOS, 2011, p. 101).

A empresa que é solidária, que se compromete com causas sociais, está em constante crescimento, pois a responsabilidade social advém do comportamento ético – transparência política. O não oferecimento e recebimento de propinas e o estímulo à cidadania, juntos, torna-se um fator de estratégia de expansão de negócios além de favorecer a sociedade de um modo geral, através da implementação de políticas que melhorem a qualidade de vida. Um exemplo de causas sociais é o voluntariado, onde os colaboradores da empresa estão dispostos a praticarem ações solidárias de assistência à comunidade.

A formação de grupos voluntários dentro da empresa com o intuito de participarem de projetos e obras sociais irá influenciar no trabalho empresarial, desenvolvendo uma relação harmoniosa entre os colaboradores e aumento da produtividade.

Segundo Trasferetti (2011),

A ética nos estabelece responsabilidades que devem incluir tudo que envolve a existência humana. Dentre essas responsabilidades, a preservação da vida na terra torna-se a mais urgente. É necessária uma compreensão das relações sociais no mundo atual para compreendermos nossos compromissos morais para salvar o mundo e futuro de catástrofes que possam impedir a vida humana neste pequeno planeta. É preciso cuidar da ecologia. (TRASFERETTI, 2011, p. 58).

As empresas existem para atender às necessidades da sociedade, colaborando para o desenvolvimento econômico e ao meio ambiente sustentável, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras além da contribuição para o aperfeiçoamento da sociedade, ocasionando em mudanças de atitudes para a construção de uma sociedade mais justa.

Além da preocupação com o público externo, deve existir também esta preocupação com o público interno, pois o capital humano que uma empresa possui é um ativo muito valioso que está diretamente relacionado ao desenvolvimento da economia de uma forma geral. Havendo responsabilidade social para com os colaboradores, as chances de haver uma maior rotatividade – *turnover* – serão mínimas, pois com esta ação haverá mais comprometimento e motivação por parte dos funcionários, resultando também em uma maior produtividade dos serviços e/ou produtos, pois estes serão afetados de forma positiva no quesito qualidade.

## **5 RELACIONAMENTO INTERPESSOAL E CONDUTA ÉTICA PROFISSIONAL**

Relacionar-se bem com os colegas de trabalho é um dos principais fatores de sucesso dentro da organização. De nada adianta ser um profissional experiente e eficiente se não consegue ter um bom relacionamento interpessoal.

A expressão relacionamento interpessoal refere-se ao convívio entre duas ou mais pessoas (seres emocionais e instáveis), seja no ambiente familiar, pessoal e profissional; entretanto, cada integrante traz consigo sua individualidade, valores, convicções e culturas podendo ser influenciado pelo meio, assim como influenciar todos que o cercam.

Segundo Crivelaro e Takanori (2006):

Existem diversas causas para a dificuldade nos relacionamentos humanos: rabilidade, antipatia, arrogância, timidez etc., mas a causa mais comum é o despreparo. A grande maioria das pessoas não sabe que cuidar das relações não é apenas uma questão de sociabilidade, mas de progresso profissional (CRIVELARO; TAKANORI, 2006, p.38).

De fato, algumas pessoas desprezam a relação do relacionamento interpessoal por desconhecerem a sua relevância por não saberem como realizá-lo ou ainda por colocar de lado essa habilidade de relacionamento devido à carga de

atividades do cotidiano, refletindo dessa forma diretamente nos resultados e na performance da empresa e do profissional. No ambiente de trabalho, cada pessoa manifesta uma forma de lidar com a razão e os sentimentos, onde cada um é observado cotidianamente por meio desses sentimentos.

Conhecer a si mesmo – observar os próprios comportamentos, defeitos, dificuldades e particularidades que podem ser melhorados – podem ser o primeiro passo para construir relacionamentos interpessoais benéficos, pois “quanto mais nos conhecemos, melhor será nossa aptidão para compreender terceiros.” (SÁ, 2010, p. 124). Assim, o autoconhecimento faz com que o profissional tenha uma maior e melhor compreensão das peculiaridades das pessoas que o cercam, como elas atuam no trabalho, além da aceitação das suas falhas.

Para a criação de relações interpessoais benéficas, é preciso observar os seguintes elementos chaves:

- **Buscar o autoconhecimento:** conhecendo a si mesmo – defeitos e qualidades – para entender as outras pessoas que fazem parte do dia a dia;
- **Ser comunicativo:** não se resume apenas em se aproximar e falar, mas sim saber fazer tais coisas de modo a ser entendido, útil e agradável;
- **Demonstrar interesse pelas pessoas:** ser receptivo, sincero, acessível e gentil além de ouvir com atenção as palavras das pessoas quando procurados;
- **Ser simpático:** tratar as pessoas bem, com educação e respeito, criando bem-estar e segurança a quem está do outro lado. Ser receptivo atrai pessoas receptivas, ocasionando em uma abordagem para o início de uma comunicação, fazendo toda a diferença quando se substitui o ar de zangado e a indisponibilidade que tantas vezes é visível no trabalho;
- **Ser prestativo:** não fazer as tarefas por obrigação, mas sim ser cordial, gentil e prontificar-se com agrado ao ser solicitado para a realização de algum tipo de atividade;
- **Ser educado:** cumprimentar sempre as pessoas ao chegar e/ou sair, além de fazer agradecimentos por determinadas práticas; não ser arrogante, sem ofender quem quer que seja; ter princípios éticos; respeitar e se fazer respeitar e outras atitudes que expressem boa educação perante os outros;

- **Reconhecer os seus próprios erros:** reconhecer os próprios erros garante a oportunidade de aprender com eles para que se possa melhorar a cada dia. O não reconhecimento é um obstáculo para o autoconhecimento, além de diminuir o potencial de crescimento;

- **Ter empatia:** empatia é a compreensão de como se estaria no lugar de outrem diante de determinado acontecimento para que se possa assim entender e ajudar o outro da melhor forma possível;

- **Saber receber e fazer críticas:** é preciso muita autoconfiança para saber lidar bem com diferentes pontos de vistas a respeito do comportamento de cada um. É preciso receber as críticas com atenção, não levando para o lado pessoal e avaliando com cuidado o que deve ser melhorado; assim como receber uma crítica, saber criticar é uma virtude e se faz necessário ter maturidade e humildade. Ao fazer uma crítica, é recomendado ser gentil, orientando para a melhoria de forma que o outro possa ver de uma maneira construtiva, sendo uma oportunidade para a sua evolução.

No ramo empresarial a definição do termo relacionamento interpessoal está associado à conduta profissional diante dos vários acontecimentos que emergem dentro desta área, como por exemplo, do famoso “jeitinho brasileiro”, onde são improvisadas soluções antiéticas para situações trabalhosas ou desaprovadas/banidas, prejudicando dessa forma o clima organizacional.

Em alguns momentos da vida, o ser humano tem que decidir entre duas situações, onde uma normalmente tem menos favorecimento, contudo é a correta e a outra situação será a não correta, mas em compensação, gerará benefícios de alguma forma. Essas pessoas que escolhem a forma não correta, ou melhor, dizendo, a forma antiética, se preocupam apenas consigo mesmo, passando, se for necessário, por cima de uma boa conduta ética para conquistar algo.

Ter uma conduta ética no ambiente de trabalho é saber desenvolver relações saudáveis com todos os integrantes da instituição, além da contribuição para o bom funcionamento das práticas administrativas e para a construção de uma imagem positiva da empresa perante a sociedade. Sá (2010), afirma que:

A ética, como conduta, é transcendental, quase intuitiva, a partir das bases educacionais comuns, mas aperfeiçoa-se, quanto à complexidade dos deveres, pelos Códigos, pelas leis, pelo consenso nas comunidades, aceitos e criados especialmente para tal fim. (SÁ, 2010, p. 97).

Certas características são essenciais para o auxílio do desenvolvimento da criação de uma conduta ética no trabalho. O profissional deve possuir as seguintes características:

- **Ser honesto:** falar sempre a verdade; não prometer o que não possa ser cumprido e assumir responsabilidades por futuras falhas que venha cometer. Ser uma pessoa honesta é um exemplo a ser seguido pelos demais, sendo um valor fundamental das relações pessoais.

- **Ser sigiloso:** manter o sigilo sobre informações sigilosas, além de ser uma atitude ética e profissional, pode também ser razão de garantia de continuar empregado.

- **Ser comprometido:** perguntar o que não sabe e demonstrar vontade de aprender; ser atencioso e cumprir as suas atividades organizacionais com exemplo e consciência ética sempre objetivando o sucesso da empresa além de estar sempre pronto para colaborar com os outros colaboradores;

- **Ser prudente:** saber tomar decisões inteligentes baseadas em princípios éticos; ter bom senso de maneira a reduzir desperdícios e gastos supérfluos e em solucionar ou prevenir conflitos; respeitar a hierarquia e saber diferenciar os relacionamentos profissionais dos pessoais, além de evitar que inimizades atrapalhem o processo de desenvolvimento de uma determinada tarefa;

- **Ser humilde:** saber assumir as suas responsabilidades, sem arrogância ou prepotência; ser cordial, respeitar os colegas de trabalho e não fazer pré-julgamentos em relação ao próximo, se cometer algum erro, reconhecer e pedir desculpas.

Estes itens contribuem significativamente para um bom convívio das relações interpessoais conservando uma atmosfera positiva no trabalho.

Além do desenvolvimento das competências citadas logo acima, o profissional, para possuir uma conduta ética profissional, precisa: reconhecer o mérito de outrem, com elogios sinceros; respeitar a privacidade do colega de trabalho e principalmente evitar fofocas, comentários maldosos e pessoas que gostam de criticar os outros colegas.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O estudo possibilitou perceber que a ética associada à comunicação possibilitam um ambiente organizacional onde os profissionais são auxiliados nas

tomadas de decisões pelas leis e normas éticas, além do envolvimento da equipe diariamente.

Ser ético é portar-se sempre dentro dos preceitos convencionais que são considerados como sendo éticos; não prejudicar/difamar o próximo; exercer os valores que a sociedade (onde mora, trabalha, estuda, etc.) estabelece.

A ética vai definir os princípios sobre o que é certo ou errado, bom ou mau, justo ou injusto, no comportamento humano e nas decisões que são tomadas em todas as etapas da vida humana, além de prezar as convicções individuais do ser humano onde cada grupo existente possui suas próprias crenças, culturas e valores, tendo como destaque o modo como esses indivíduos e grupos apresentam suas próprias ações.

Conforme se observou, independente da função que exerça dentro da organização, deve-se constantemente buscar agir e defender valores e preceitos que sejam éticos (condutas e práticas honestas), sem jamais ter que burlar normas, prejudicar alguém para poder assim conseguir sucesso e alcançar o que pretende.

Da mesma maneira que a ética determina as leis que definem a conduta da vida humana, a ética organizacional estabelece a conduta moral de uma empresa, independente do segmento a que esta pertence. É preciso dar importância aos objetivos empresariais, mas além da sua cultura, valores e missão o mais significativo é que o processo comunicacional – que é conhecido como sendo um elemento vital na unificação do processamento das funções administrativas e no relacionamento tanto interno quanto externo – permite aos membros da organização se comunicar entre si, fortalecendo, dessa forma, a integração do relacionamento dos membros, a cooperação, o respeito mútuo, a coordenação e um clima mais harmonioso, evitando dessa forma, discussões.

Espera-se que o estudo contribua para mostrar que a ética, ligada à comunicação clara e eficaz, se torna formadora de consciência/conduta ética profissional, proporcionando a interligação dos colaboradores e possibilitando ao profissional confiabilidade e respeito ao trabalho, quando este atua com padrões éticos. Além disso, fortalece a empresa, tendo esta uma repercussão positiva nos resultados tanto internos quanto externos. Respeitando e praticando padrões éticos, a instituição organizacional irá crescer, pois, beneficiará colaboradores, clientes e a sociedade de uma forma geral.

Ética é prática, não um simples discurso.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Denise de Fátima. **Recursos humanos: gerenciando pessoas**. 2 ed. Santa Cruz do Rio Pardo, SP: Editora Viena, 2010 (Coleção Premium). 159 p.
- AZEREDO, Tiago Antonio Cundari. **O processo de comunicação dentro da empresa**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/o-processo-de-comunicacao-dentro-da-empresa/56412/>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 10h50min.
- BENNETT, Carole. **Ética Profissional**. 2. Ed. São Paulo: Cengage Learning: Editora Senac. Rio de Janeiro, 2012 (Série profissional). 116 p.
- CRIVELARO, Rafael; TAKAMORI, Jorge Yukio. **Dinâmicas das relações interpessoais**. 2. reimp. Campinas, SP: Editora Alínea, 2006. 119 p.
- MATOS, Francisco Gomes de. **Ética na gestão empresarial: da conscientização à ação**. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2011. 196 p.
- NASCIMENTO, Joane Aureliano. **Código de Ética**. Disponível em: <<http://faculadelasalle.edu.br/eticaprofessionalecidadania/tag/codigo-de-etica/>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 17h30min.
- SÁ, Antônio Lopes de. **Ética profissional**. 9. ed. 2. reimp. São Paulo: Atlas, 2010. 312 p.
- SOUSA. Juliana Lucas de. **A ética empresarial como diferencial competitivo nas organizações**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/a-etica-empresarial-como-diferencial-competitivo-nas-organizacoes/36081/>>. Acesso em: 07 de agosto de 2018 às 10h32min.
- TERCIOTTI, Sandra Helena; MACARENCO, Isabel. **Comunicação empresarial na prática**. São Paulo: Saraiva, 2009. 204 p.
- TRASFERETTI, José. **Ética e responsabilidade social**. 4. ed. Campinas, SP: Editora Alínea, 2011. 131 p.

## REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- CARVALHO, Débora. **Ética no trabalho, uma questão de responsabilidade**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/etica-no-trabalho-uma-questao-de-responsabilidade/44414/>>. Acesso em: 07 de agosto de 2018 às 15h46min.
- CEZANNE HR . **A relação entre sigilo profissional e gestão do tempo, fatores de sucesso nas empresas**. Disponível em: <<https://cezannehr.com/br/hr-blog/2015/08/relacao-sigilo-profissional-gestao-do-tempo-fatores-sucesso-empresas/>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 09h41min.

FARAH, Elias. **Ética Empresarial: reflexões básicas para uma análise mais ampla.** Disponível em: <<http://www.ifibe.edu.br/arq/201509142144301574451220.pdf>>. Acesso em: 07 de agosto de 2018 às 10h37min.

GUIA DA CARREIRA. **O que é ética profissional?** Disponível em: <<https://www.guiadacarreira.com.br/carreira/o-que-e-etica-profissional/>>. Acesso em: 07 de agosto de 2018 às 10h17min.

IESDE. **Relações interpessoais e qualidade de vida no trabalho.** Disponível em: <<http://www.foar.unesp.br/Home/projetoviverbem/relacoes-interpessoais-e-qualidade-de-vida-no-trabalho.pdf>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 11h38min.

MARQUES, José Roberto. **A importância da conduta ética no trabalho.** Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/comportamento/importancia-conduta-etica-trabalho/>>. Acesso em: 07 de agosto de 2018 às 10h10min.

\_\_\_\_\_, José Roberto. **Como Manter Ética e Postura Profissional no Ambiente de Trabalho?** Disponível em: <<https://www.jrmcoaching.com.br/blog/qual-postura-profissional-devemos-ter-para-seguir-etica-profissional-no-ambiente-de-trabalho/>>. Acesso em: 07 de agosto de 2018 às 10h12min.

PONTO DE VISTA. **Ética, ambição e crescimento.** vol.2 • no1 • fev / abr 2003. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/viewFile/34876/33668>>. Acesso em: 07 de agosto de 2018 às 10h25min.

PUHL, Patricia. **Importância Das Leis Na Sociedade: Delineando Valores.** Disponível em: <<http://faculadelasalle.edu.br/eticaprofessionalecidadania/tag/codigo-de-etica/>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 17h30min.

\_\_\_\_\_, Patricia. **Comportamento Ético na Sociedade.** Disponível em: <<http://faculadelasalle.edu.br/eticaprofessionalecidadania/tag/codigo-de-etica/>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 17h30min.

SAMPAIO, Simone Sobral; RODRIGUES, Filipe Wingeter. **Ética e sigilo profissional.** Serv. Soc. Soc., São Paulo, n. 117, p. 84-93, jan./mar. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ssoc/n117/06.pdf>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 09h30min.

SBCOACHING. **Ética Profissional: O que é e qual a sua importância (Guia Completo).** Disponível em: <<https://www.sbcoaching.com.br/blog/carreira/etica-profissional-importancia/>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 11h22min.

\_\_\_\_\_. **Relacionamento Interpessoal: Tudo Que Você Precisa Saber.** Disponível em: <<https://www.sbcoaching.com.br/blog/atinja-objetivos/relacionamento-interpessoal/>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 11h26min.

SIGNIFICADOS. **O que é Código de Ética.** Disponível em: <<https://www.significados.com.br/codigo-de-etica/>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 10h36min.

\_\_\_\_\_. **O que é Ética Profissional.** Disponível em:  
<<https://www.significados.com.br/etica-profissional/>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 10h37min.

\_\_\_\_\_. **O que é Ética Empresarial.** Disponível em:  
<<https://www.significados.com.br/etica-empresarial/>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 10h38min.

SILVA JUNIOR, Walter José da. **Ética nas Organizações.** Disponível em:  
<<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/etica-nas-organizacoes/30580/>>. Acesso em: 07 de agosto de 2018 às 10h29min.

SOFTWARE RH BLOG. **Postura Profissional: Ética, Justiça e Moral nas Relações Trabalhistas.** Disponível em: < <https://blog.softwarerh.com.br/postura-profissional/>>. Acesso em: 06 de agosto de 2018 às 15h54min.