

## “Integridade para Pequenos Negócios” e desencantamento da moral

Antonia de Lourdes Colbari<sup>1</sup>

**Resumo:** O artigo inspira-se nas complexas relações entre os domínios da economia e da moral e retoma o debate a respeito da inserção social do mercado, tendo como matéria de análise o texto publicado pelo Sebrae – *Integridade para Pequenos Negócios*. Explora as ambiguidades da narrativa institucional – a visão pragmática da integridade, porém pontuada por referências de ordem moral. Além do encaixe na ordem jurídica, o alvo é o aprendizado e a promoção da “cultura” da integridade, replicando o repertório de outras linhas de ação, como a cultura do empreendedorismo e da inovação.

**Palavras-chave:** Integridade Empresarial; Micro e Pequenas Empresas; Economia e Moralidade

### “Integrity for Small Business” and disenchantment of morality

**Abstract:** *The article draws on the complex relations between economy and moral domains, and it resumes the discussion over market social insertion by having the text– Integridade para Pequenos Negócios – published by Sebrae, as its review matter. The work explores the ambiguities of institutional narrative – the pragmatic view of integrity, nonetheless marked by morality references. Besides fitting in legal order, the target is at the learning and promotion of the integrity*

<sup>1</sup> Departamento de Ciências Sociais e Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) – Vitória – Brasil – antonia.colbari@uol.com.br. Registro o apoio financeiro do CNPq, na modalidade Bolsa de Produtividade em Pesquisa.

“culture”, replicating *other action lines repertoire, such as entrepreneur and innovation culture*.

**Keywords:** *Compliance; Micro and Small Business; Economy and Morality*

## Introdução

Desde as últimas décadas do Século XX, a moral foi reposicionada na ordem do dia, expressando a reação à avalanche de acontecimentos impróprios vindos a público em diversos países. Causou indignação a divulgação de práticas ilegais, predatórias e imprudentes consideradas imorais no crivo dos padrões de decência e do senso de justiça da população. Figuraram nesse portfólio os desfalques em empresas ou fundos corporativos; a evasão fiscal; o suborno de autoridades públicas e em licitações públicas; a pirataria intelectual e o tráfico de informações; as manobras financeiras; a lavagem de dinheiro; o descomunal nível de remuneração dos executivos das grandes empresas etc. (Comte-Sponville, 2005; Srour, 1998; Streeck, 2013). Além da afronta aos valores, tais práticas foram condenadas por comprometerem o desempenho econômico dos países, gerando instabilidade no ambiente de negócios, fuga de investimentos, elevação dos gastos públicos e abalos na legitimidade dos governos e na confiança no Estado.

Não menos indignadas foram as reações ao agravamento da crise financeira que explodira em 2008, reacendendo o debate sobre as questões morais embutidas nas medidas de política econômica que, invocando as ameaças de risco sistêmico, vários governos implantaram. Mais acentuada se tornou a contraposição entre diferentes visões acerca do mercado e da pobreza, das concepções de justiça e da natureza humana. São elas parâmetros tanto para as críticas ou justificativas da conhecida fórmula de socialização do ônus das crises econômicas embutido nos programas de ajuste fiscal quanto para a demarcação dos limites de tolerância moral – os cursos de ação aceitáveis e não aceitáveis na relação entre o público e o privado (Fourcade; Healy, 2007; Steiner, 2013). Na condição de um “*soft power*”, quando confrontado com o peso da política e da economia, a moral fermentou as denúncias de condutas antiéticas e as demandas de transparência e de responsabilização.

Na pauta da investigação acadêmica, a moral manteve o *status* de objeto onipresente e continua a fermentar a pluralidade teórica e a transversalidade disciplinar, desde as clássicas reflexões filosóficas e as tradições analíticas das ciências sociais até as recentes descobertas das neurociências (Weiss, 2015; Hitlin, 2015). No campo da sociologia, as intrínsecas relações com a moral se prestam

a diversos recortes temáticos e múltiplos níveis de análise (grupos, instituições e sociedades), sobressaindo a sua conotação ampla de orientação para a dimensão prática da vida humana, em parte, indelevelmente marcada pelos esforços em decifrar as conexões entre as pressões oriundas das macroestruturas, das instituições e da cultura e as dimensões interativas da ação, as experiências vividas e as percepções autorreflexivas dos agentes (Collins, 1981; Giddens, 2003).<sup>2</sup> Outro suporte da reposição da moral no discurso público e acadêmico remete ao conjunto de iniciativas regulatórias com o intento de reafirmar o imperativo da ética no universo corporativo e na vida pública. Diante de uma situação que tendia a sair do controle, tornou-se imperioso o reestabelecimento do curso da moral, repactuando-se os termos contratuais no sentido de recuperar a sintonia entre instituições/ organizações e valores sociais e modular as suas interações recíprocas. Estava em questão, como lembra Polanyi (1980), algo mais precioso: a salvaguarda de uma situação social, de um conjunto de expectativas e de um patrimônio social. Nesse sentido, eram bem-vindos os efeitos morais de políticas “corretivas” que expressavam propósitos civilizadores, modernizadores e educativos no sentido de garantir *performances* adequadas no campo fiscal, econômico e social (Fourcade, 2013).

Esse preâmbulo antecipa considerações pertinentes para situar a proposta desse ensaio, cujo ponto de partida é a “cartilha” *Integridade para Pequenos Negócios*, publicada, em 2015, pelo Sebrae, em parceria com a Controladoria Geral da União. Trata-se de um manual de “bom comportamento empresarial” que exorta o pequeno empreendedor a aproveitar os benefícios de uma postura ética nos negócios e, ao mesmo tempo, detalha a engenharia (procedimentos práticos e questões logísticas) para implantar o programa Empresa Íntegra. A adesão ao referido programa é decisiva para assegurar o tratamento diferenciado ao pequeno negócio nas licitações governamentais, como previsto nos dispositivos da Lei Complementar nº 123/2006 (Brasil, 2006) – popularizada como Lei Geral – que ampara o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.

Vários registros conceituais foram acionados para armar a grade analítica das narrativas produzidas pelo arranjo institucional que ancora as políticas públicas de fomento aos empreendedores individuais e às micro e pequenas empresas. Um seletivo material documental instigou as problematizações acerca das

---

2 A despeito desses registros, é oportuna a observação de que a sociologia da moral, ou em escopo mais abrangente – a sociologia dos valores –, teria permanecido pouco desenvolvida nos aspectos conceituais (Heinich, 2006). Em contrapartida, segundo Vandenberghe (2015), é irrefutável o acentuado caráter político e moralizante de grande parte do patrimônio analítico da teoria social contemporânea.

complexas relações entre os domínios da economia e da moral, as incompatibilidades ou as conexões virtuosas entre o bem (moral) e os bens econômicos. Nesse aspecto, é indiscutível o tributo à consolidada tradição de pesquisas oriundas de várias disciplinas científicas e que sustenta a inserção do mercado em uma ordem social e moral e desautoriza a crença a respeito da economia como esfera diferenciada e autônoma em relação ao conjunto da sociedade, bem como do comportamento motivado apenas por interesses individuais de posse de bens.

No plano analítico-conceitual, sublinha-se a potência das categorias morais para o entendimento dos fatos econômicos, inclusive dos mecanismos regulatórios (formais e informais) que incidem sobre eles. Tanto o arsenal teórico quanto a densidade numérica das análises econômicas não estão desconectados das disposições morais e do sistema de crenças dos indivíduos e dos grupos sociais. Por sua vez, as transações e interações econômicas substanciam a categorização moral, tornando-se veículos para a obtenção de reconhecimento social (Fourcade, 2013; Steiner, 2013).

Posto isso, faz sentido supor que a prática das boas condutas, inicialmente uma imposição da lei, produza o aprendizado moral, a elevação e o refinamento do senso moral? O desafio mais instigante é perceber em que ponto a cartilha da integridade adquire interesse cultural e sociológico ou como suas funções e significados estão conectados aos mecanismos e disposições que acionam as engrenagens do capitalismo contemporâneo.

O desenvolvimento da presente reflexão moveu-se em duas direções: uma delas rastreou os avanços da racionalidade jurídica, ora no rastro da racionalidade econômica ora antecipando-se a ela, e a outra explorou a miríade de significados e de representações em que se insere o Programa de integridade para os pequenos negócios. A exposição estrutura-se em tópicos, cujos conteúdos exploram o contexto da institucionalização do referido programa; os seus eixos estruturadores; a relação entre as virtudes, como utilidade e prudência, e os interesses; o esboço de uma reflexão sobre a adesão às normas e/ou o aprendizado da virtude; e, para concluir a exposição, alguns comentários pontuais a respeito da intrigante "atualidade" do discurso da moral.

## Aspectos contextuais do programa de integridade nos pequenos negócios

Não tem sido fácil enfrentar o desafio de inserir a integridade no ambiente sistêmico empresarial, em grande medida por conta do descompasso observado entre as práticas tradicionais vigentes, moldadas por um suporte prescritivo fundado em convenções, portanto baixo grau de formalização, e a ordenação burocrática da administração pública. Torna-se necessária a ordem normativa

institucionalizada do direito, tendo em vista a garantia do cumprimento e da eficácia das normas jurídicas (Cunha Filho; Feres, 2016).

Algumas breves considerações facilitam o entendimento de *como e porque* se chega ao programa de integridade empresarial específico para os pequenos negócios. Na genealogia dessa normatização, foi promissor o rastreamento de duas linhagens de eventos conectados: uma pontuando o alinhamento do Brasil com iniciativas contra a corrupção derivadas de convenções de organismos internacionais multilaterais e de agências não governamentais, apesar do reconhecimento de que não há uma única estratégia adequada para todas as organizações interessadas em implantar programas de integridade; e outra explorando aspectos pontuais do empenho institucional para formalizar e alavancar os empreendimentos individuais e a micro e pequena empresa.

Na primeira linhagem, aponta-se de antemão o fato de ser o Brasil signatário de três convenções internacionais contra corrupção: a Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção; a Convenção Interamericana contra a Corrupção da Organização dos Estados Americanos; e a Convenção sobre o Suborno de Funcionários Públicos Estrangeiros em Transações Comerciais Internacionais, da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (CGU; Instituto Ethos, 2009).

Dentre as iniciativas contra a corrupção empenhadas por organizações internacionais que replicaram efetivamente no contexto brasileiro, registra-se, em 2006, o lançamento do Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção, cujas entidades e empresas signatárias assumem a responsabilidade de divulgar e seguir um conjunto de diretrizes e procedimentos de combate à corrupção e de incentivo à promoção de um “mercado mais íntegro e ético” (CGU; Instituto Ethos, 2009), que impacte a sociedade pelo seu efeito civilizador em detrimento da omissão ou da destruição (Hirschman, 2000). Reafirma-se uma perspectiva em destaque no campo da sociologia econômica: a do mercado moralizado e moralizante, apreendido como fenômeno cultural e projeto moral (Fourcade; Healy, 2007), que alimenta um conjunto distintivo de crenças, hábitos e vínculos sociais.

E, ainda nessa trilha, cabe a menção ao Cadastro Empresa Pró-Ética, instituído em 2010, resultante da parceria entre a Controladoria Geral da União e o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Operado por um Comitê Gestor composto por entidades dos setores público e privado, a esse comitê cabe analisar as solicitações das empresas interessadas em fazer parte do Cadastro e manter atualizados os requisitos que pautam essa participação. Não se trata de uma certificação, um aval para acesso a benefícios ou privilégios nas relações das empresas com o setor público, mas sim de uma forma de

reconhecimento público das organizações comprometidas com as medidas de integridade (Brasil, s/d).

Quanto aos avanços reguladores, dois atos normativos são referências para o programa de integridade no universo dos pequenos negócios: o Decreto nº 8.420/2015 (Brasil, 2015), que regulamentou a Lei nº 12.846/2013 (Brasil, 2013), popularizada como Lei Anticorrupção, e a Portaria Conjunta CGU-SMPE nº 2.279/2015 (Brasil, 2015a), que simplificou o entendimento desses parâmetros, favorecendo sua aplicabilidade no segmento dos pequenos negócios.

Na segunda linhagem, o ponto de partida é a Lei Geral, resultado de um amplo processo de mobilização social de vários atores políticos e instituições, cujo propósito era estabelecer um marco legal que legitimasse o segmento dos empreendedores individuais e das micro e pequenas empresas (MPE), reconhecendo nele o núcleo de uma política pública com alcance macrossocial – uma plataforma de inclusão produtiva e social e um modelo de desenvolvimento estruturado com base nas potencialidades locais (Sebrae, 2007).

Na fase atual do percurso de implantação dessa legislação, as instituições envolvidas concentram as ações de consultorias e de treinamentos nos municípios mais empenhados no processo, buscando garantir a sustentabilidade dos resultados obtidos (CNM/Sebrae, 2011). Um dos suportes para enfrentar os desafios dessa etapa é o capítulo V da Lei Geral, que versa sobre as condições de participação dos empreendedores individuais e das empresas de pequeno porte nas licitações para compras do poder público.

Na sequência, cabe agregar comentários pontuais a respeito das compras governamentais, concebidas também como estratégia política de fomento das micro e pequenas empresas e de promoção do desenvolvimento local e não apenas como mecanismo de suprimento dos bens, serviços e obras requisitados para o funcionamento regular da máquina administrativa e para a execução das políticas públicas. Essa postura não é novidade em diversos países, como os Estados Unidos, o Japão e os estados-membros da União Europeia, que adotam medidas para garantir, estimular e facilitar o acesso do pequeno empreendimento nas licitações do governo. Em resumo, são medidas que organizam esses processos de forma a evitar grandes contratações, reservando parte delas aos fornecedores de pequeno porte e programando as entregas de acordo com capacidade logística do referido segmento (Fernandes, 2009).

No Brasil, a rigidez da tradição normativista (mais centrada no controle dos processos e menos nos resultados) teria dificultado a percepção das potencialidades econômicas e sociais embutidas nas compras do governo, sobretudo como uma forma seletiva de direcionar recursos públicos com vistas a apoiar

grupos ou segmentos sociais mais vulneráveis ou aqueles considerados estratégicos para a economia nacional (Moreira; Moraes, 2002; Brasil, 2013a). Não sendo um ato meramente administrativo, a “Compra pública é política de Estado” que garante à sociedade a apropriação de elevado montante de recursos financeiros (Sebrae, 2016: 29), além de reposicionar as políticas de desenvolvimento na agenda da administração pública. Nesse teor, o material discursivo analisado é farto e incisivo quando destaca o papel dos tribunais de conta na aplicação da Lei Geral, contribuindo, dessa maneira, para elevar a segurança dos gestores municipais na implantação de políticas mais ousadas. Reitera-se a importância das configurações institucionais e de como elas enquadram sua atuação nos parâmetros da segurança jurídica e do cumprimento dos contratos, fato que aumenta o lastro de confiança junto à sociedade.

A fortuna documental é densa em conteúdos relativos aos padrões morais que devem sustentar a implantação e o controle das políticas de governo. A ênfase no TCU como instituição chave no circuito de controle da ação pública, na linha das “boas práticas”, foi a tônica do painel temático *A ação dos órgãos de controle fortalecendo o ambiente de negócios das compras públicas*, apresentado durante o VII Fomenta, realizado em 2014, em Cuiabá (MT). A parceria articulada entre os tribunais estaduais e o Sebrae mira a difusão da legislação nos municípios e a ação fiscalizadora de sua aplicação, acentuando-se, nesse ponto, a tendência de minimizar o recurso à ação repressiva, valendo-se da mobilização em prol da aderência aos padrões normativos (Sebrae, 2016). Ainda, reforçando o lastro moral embutido nas ações dos tribunais de conta, é ilustrativa a afirmação de um conselheiro de que essas cortes não se limitam ao papel de “juizadores de contas”, pois analisam “contratos sociais, não apenas contas” (Sebrae, 2016: 34).

Retomando o programa de integridade, é pertinente destacar a sua retaguarda institucional formada pelo Sebrae, Controladoria Geral da União (CGU), Tribunal de Contas da União (TCU), tribunais estaduais (TCE), Associação dos Membros dos Tribunais de Contas do Brasil (Atricon) e Instituto Rui Barbosa. Alinha essa atuação conjunta, que aciona *expertises* diferenciadas (capacitação, controle e fiscalização), a crença de que a aplicação adequada da Lei Geral não pode dispensar a profissionalização dos gestores públicos e dos agentes de desenvolvimento, no âmbito municipal e regional. Não menos relevante seriam a qualificação do empreendedor para o acesso às licitações do governo e o aprimoramento do trabalho dos tribunais de contas no exercício de suas funções de fiscalização e controle dos gastos públicos. Da conjugação dessas ações depende a conversão das compras governamentais em uma política pública que, conectada às dinâmicas econômicas e sociais nos municípios, deve garantir o

tratamento diferenciado aos pequenos negócios. E mais: embute nessa transação um princípio educador, envolvendo um padrão de qualidade, o cumprimento de leis etc. (Sebrae, 2016).

Em 2017, outro ato conjunto envolvendo o Sebrae e o Ministério da Transparência e Controladoria Geral da União lançou a Rede Nacional da Empresa Íntegra, abrangendo, na primeira fase, onze estados da federação. Nesse momento, por meio de videoconferência, alguns profissionais reunidos à distância definiram as diretrizes de implantação da Rede e ações conjuntas, tendo como alvo a propagação da Lei Anticorrupção Empresarial e das políticas de integridade para os pequenos negócios. A Rede opera como uma plataforma ferramental (eventos específicos ou compartilhados, palestras, *workshops* e disponibilidade de conteúdo na *internet*), mirando a sensibilização dos empresários de pequenos negócios para a integridade empresarial e a difusão e troca de conhecimentos e informações relativos ao assunto (Brasil, 2017).

Cabe observar, nesse enredo, a sobreposição da ação institucional das agências oficiais em detrimento da ação coletiva horizontal, na contramão da orientação do Banco Mundial, cuja prescrição destaca a colaboração entre organizações como forma de efetivar um processo sustentável de implantação de medidas de integridade (World Bank Institute, 2008). Apesar dos acenos ao coletivo, o foco da Cartilha permanece nas ações individualizadas, nos contextos organizacionais específicos, e a Rede Nacional da Empresa Íntegra, restrita a operar uma plataforma ferramental, não finca alicerces em bases tipicamente associativas derivadas de algum movimento de solidariedade.

Na seção seguinte, o intuito é rastrear a cartilha *Integridade para Pequenos Negócios*, lançada durante o VII Fomenta, realizado em 2014, como um instrumento de divulgação e de esclarecimentos que sistematiza orientações práticas para a elaboração e implantação de um programa de integridade empresarial.

## O Programa de Integridade para os pequenos negócios

Na retaguarda da supracitada Cartilha está a Lei Anticorrupção, que prevê a responsabilização objetiva (administrativa e civil) de empresas, inclusive de pequenos negócios, em decorrência de práticas irregulares, ilícitas e lesivas à administração pública brasileira ou de outros países. Como principal fonte de inspiração para o programa de integridade, essa Lei orienta a formalização e a difusão de mecanismos e procedimentos internos de vigilância da boa conduta. Muito além do mero cumprimento burocrático das exigências legais, almeja-se a prevenção de infrações e a redução de riscos (Brasil, 2013; 2014). Por sua vez, a Portaria Conjunta CGU-SMPE definiu critérios mais específicos em tópicos presentes na legislação

anticorrupção, em particular quanto à aplicação das multas aplicadas, além das diretrizes para a adoção do “programa de integridade” (Brasil, 2015).

No texto da Cartilha, são fartos e didáticos os conteúdos a respeito da importância (e das vantagens) da integridade para os pequenos negócios; da definição do passo a passo para se implantar o programa; e da apresentação de exemplos a serem seguidos (Sebrae, 2015: 7). O argumento central é que a integridade nos negócios é benéfica para todos os envolvidos e depende das virtudes do empreendedor e de um coletivo “virtuoso”, portanto, de uma rede comprometida com práticas responsáveis e valores éticos. Às empresas cabe a adoção de

[...] valores, regras, mecanismos e procedimentos para orientar a atuação de seus funcionários e dirigentes, tanto internamente, quanto na relação com clientes e parceiros, com o objetivo de prevenir, detectar e sanar a ocorrência de desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a administração pública, nacional e estrangeira (Sebrae, 2015: 13).

Diferentemente das congêneres de grande porte, as micro e pequenas empresas não dispõem de um aparato de especialistas (advogados, consultores e contadores), tornando-se desproporcionalmente mais vulneráveis a riscos que podem comprometer a sua sobrevivência (World Bank Institute, 2008).

A responsabilidade coletiva com a integridade também atua para preservar, no imaginário social, a reputação dos pequenos negócios comprometidos com a retidão de suas ações (Sebrae, 2016). Assim sendo, com base no Decreto nº 8.420/2015 (Brasil, 2015), a “cartilha” apresenta os parâmetros de integridade estabelecidos para os pequenos negócios, marcando os avanços na racionalidade formal na atuação dos empreendedores individuais e de micro e pequenos empresários. Arrolam-se as seguintes recomendações:

1. Comprometimento da direção da empresa com a adoção de um programa de integridade (garantir a presença de quadros para compor a equipe do programa e a transparência de informações);
2. Adoção de um código de ética, padrões de condutas aplicados ao exercício de todas as atividades, incluindo as regras de relacionamento com o setor público e medidas disciplinares para casos de infração;
3. Ações contínuas de treinamentos e divulgação do programa, estendido a todos os funcionários, diretores, parceiros e fornecedores;
4. Registros contábeis confiáveis, nos moldes legais, das transações realizadas e valores envolvidos, de preferência em sistemas eletrônicos; preservação dos registros e documentos comprobatórios;

5. Controles internos (contábeis e administrativos) como forma de prevenção às fraudes e irregularidades; adoção de mecanismos de controle e aferição de transações, compras, vendas, controle de estoque, pagamentos etc.;
6. Procedimentos para prevenção de fraudes e irregularidades em licitações, na execução de contratos administrativos e demais interações com o setor público; e orientação dos funcionários sobre procedimentos corretos e leis a serem seguidas, sobre multas e punições; análise de risco para participação em processo licitatório;
7. Definição de medidas disciplinares/ punições de aplicação rápida e efetiva; e formalização e publicação dos procedimentos de apuração e de penalização;
8. Procedimentos que assegurem a pronta interrupção de irregularidades e correção de danos; e adoção de medidas preventivas contra as reincidências;
9. Transparência na doação a candidatos e a partidos políticos; divulgação dessas doações em cumprimento aos instrumentos legais.

São notórias as exortações mobilizadoras para convencer o pequeno empreendedor sobre a importância e a “utilidade” da implantação de um programa de integridade adaptado à realidade específica da empresa. Ao se tornar uma marca de distinção, a adesão ao programa garante às empresas o acesso a um conjunto de benefícios, entre eles, a qualificação para participar de transações com grandes corporações multinacionais, a obtenção de apoio da Câmara de Comércio Exterior às empresas exportadoras e o acesso aos créditos do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (Sebrae, 2015). Além de ser um mecanismo de autoproteção, de prevenção e redução de ilícitos, no caso de ocorrência de infrações, tal adesão pode figurar no rol de possíveis atenuantes na aplicação da dosimetria das sanções previstas no escopo da Lei nº 12.846/2013.

Outros benefícios citados reportam à ampliação do conhecimento sobre o próprio negócio, inclusive das condições de mercado, acarretando vantagens em diversas frentes: condições de concorrência; iniciativas de inovação; aplicações de recursos financeiros; obtenção de melhores resultados; seleção e manutenção de funcionários em comunhão com os valores de integridade assumidos pela empresa (Sebrae, 2015).

Um aspecto a ser pontuado nessa cruzada institucional, não obstante as especificidades das instituições partícipes, é a convergência interpretativa em torno da relevância da integridade nos pequenos negócios, produzida tanto pela presença de uma comunidade de ideias e de valores quanto por uma decisão estratégica de adotar a boa conduta para evitar constrangimentos legais e morais de qualquer ordem, inclusive a aplicação das medidas punitivas (Cunha Filho; Feres, 2016).

Reafirma-se a argumentação de Polanyi (1980) de que os arranjos institucionais interferem no ritmo das mudanças, modelando o comportamento dos atores de acordo com os padrões reconhecidos. As agências assumem um papel civilizador (Hirshmann, 2000), de estímulo e de facilidades para convencer o pequeno empreendedor quanto à importância do cumprimento da lei. O programa de integridade incorpora um conjunto de crenças objetivas que orienta o sistema de referências dos indivíduos, na complexa relação entre interesse e virtude, sendo este o foco da reflexão na sequência do artigo.

## O interesse e a virtude: o *ethos* moral do capitalismo e a cartilha da integridade

A memória das sentenças de Benjamim Franklin, matéria-prima da análise de Weber (2004), é inevitável diante de algumas afirmações da Cartilha (Sebrae, 2015), nas quais o caráter utilitário da virtude não deixa margem a dúvidas. Destacam-se os seguintes excertos:

[...] investir em integridade é um bom negócio, que pode ser realizado com baixo custo e sem causar grandes mudanças no seu dia a dia (2015: 7).

Ter integridade significa dar exemplo, ter valores e adotar uma conduta correta. E não é só no campo das amizades e dos relacionamentos que a integridade tem valor: tanto para a vida pessoal ou comunitária, quanto para as relações comerciais a integridade é um bom negócio! (2015: 9).

As máximas de Franklin, segundo Weber, são de cunho utilitário e compõem um ensaio sobre a “perspicácia” nos negócios; configuram uma técnica de vida e um dever, expressando um *ethos*. A descoberta da “utilidade” como virtude, reconhecida pelo próprio Franklin, explicita-se em suas exortações morais: “honestidade é útil porque traz crédito, e o mesmo se diga da produtividade, da presteza, da frugalidade [...]”. Virtudes são virtudes se efetivamente são úteis ao indivíduo e se basta “o expediente de simples aparência dessas virtudes”, ir além seria, aos olhos de Franklin, um “excesso desnecessário”, um “desperdício condenável” (Weber, 2004: 45-46). A esse “utilitarismo estreito”, não há como negar a sua condição de indício inequívoco da racionalidade instrumental que se sobrepõe a supostas convicções morais.

Tal despuorada percepção de virtude no interesse é realçada por Bourdieu (2008: 219) na seguinte afirmação:

[...] a existência do interesse na virtude e de lucro na conformidade ao ideal social de virtude é universalmente conhecida e não há tradição que ignore as precauções contra o farisaísmo, a defesa ostensiva (e mais ou menos hipócrita) das “boas causas”, o exibicionismo da virtude sob todas as suas formas.

Assim sendo, o interesse se apresenta como “instrumento de ruptura com uma visão encantada, e mistificadora, das condutas humanas” (Bourdieu, 2008: 137).

Ainda na trilha das virtudes, Comte-Sponville (1996: 39) sublinha a prudência que, no ângulo da razão moderna, ocupa o lugar de uma moral aplicada, sabedoria prática, o princípio de realidade presente na realização de todas as virtudes, portanto, centrada na escolha dos meios a serviço de outros fins que não são os seus. Estaria, dessa forma, mais afinada com o cálculo do que com o dever, mais próxima do domínio da psicologia do que da moral e mais afei-ta ao senso de responsabilidade/ instrumentalidade (perspectivas, consequên-cias e resultados) do que às convicções (princípios e construções idealizadas de vida coletiva). A despeito da razão moderna, para o referido autor, moral e prudência se afirmam como espaços diferenciados e a prudência torna-se vir-tude quando posta a serviço de uma finalidade “estimável”, ou seja, quando os fins se impõem independente da deliberação sobre os meios. E um fim virtu-oso é aquele alcançado por meios adequados, caso contrário seria habilidade, algo mais próximo da astúcia (Comte-Sponville, 1996: 42). Na rubrica da astú-cia, também Moore (1999) associa a ética nos negócios com a prudência, um meio de evitar sanções, como ser excluído de licitações e de outros benefícios. Sen (1999: 39), citando Smith, percebe na prudência uma virtude que auxilia o próprio indivíduo, ao unir a “razão e o entendimento” com o autodomínio, enquanto outras virtudes como “humanidade, justiça, generosidade e espírito público” seriam mais úteis aos outros, ao coletivo.

No programa de integridade, a racionalidade produzida no cultivo da “perspicácia” nos negócios explicita um mecanismo de segurança empresarial, além de um “bônus” a ser utilizado para amenizar as penalidades aplicadas às pos-síveis transgressões ocorridas. A formulação do programa tem como ponto de partida o desenho do mapa de risco [das possíveis afrontas à virtude] – uma análise objetiva e sistemática das vulnerabilidades da empresa, antecipando-se às possíveis ameaças de transgressão. Um estudo prévio rastreia as possibilida-des (as brechas) de irregularidades praticadas por funcionários e fornecedores, além de estimular medidas para sua prevenção e controle. Esse mapa de risco envolve o levantamento das condutas inadequadas no histórico da empresa e de situações que maximizam as oportunidades de ocorrências de condutas antiéti-cas envolvendo funcionários, em todos os níveis hierárquicos.

Outra dimensão dessa racionalidade se manifesta na padronização das con-dutas mediante o aprendizado de regras práticas “íntegras”, uma espécie de organização científica do comportamento e das ideias morais, que estende ao conjunto das ações, no interior das organizações, os esforços de racionalização

de produtos e processos e de gestão. Assim sendo, “racionaliza” e instrumentaliza a moral quando a reduz a padrões a serem seguidos com base em uma análise objetiva e sistemática das situações em que os supostos conteúdos morais estão mais sujeitos às ameaças de transgressão. Enquadra-se a moral nos parâmetros da eficiência, produto de uma deliberação estratégica, de um comportamento racional que objetiva a construção de uma imagem favorável dos negócios, preservando a credibilidade da empresa.

Se isso não é novidade no universo das grandes empresas, nas quais o sistema de “*compliance*” (procedimentos e diretrizes éticas que normatizam a atuação dos *stakeholders*) elevou seu *status* na configuração corporativa, no contexto brasileiro, principalmente após a Lei Anticorrupção (nº 12.846/13), o que está em questão neste artigo é a extensão dessa racionalidade para o segmento do empreendedor individual e das micro e pequenas empresas.

A inspiração pragmática dessas ações sempre esteve presente. O risco de arcar com as responsabilidades estende para a cadeia de fornecedores a necessidade de padronização de condutas adequadas às normas, incluindo transparência e responsabilização, convergindo com os interesses da coletividade e com a consciência moral da época. Diretrizes éticas e bom comportamento empresarial integram o domínio do interesse: respeitar as leis para não ser punido; poder participar de licitações; e ter acesso a determinados nichos de mercado cujas empresas participantes exigem o compromisso com certos protocolos e padrões de conduta (as boas práticas) relativos ao meio ambiente, cumprimento de leis trabalhistas etc.

A integridade torna-se um diferencial ou credencial, fator de distinção das empresas, quase um ativo na linguagem dos economistas, uma modalidade de acumulação de capital simbólico. Embora nem sempre valha a máxima “*good ethics is good business*”, a moral da integridade significa sabedoria preventiva em um campo de enfrentamento de forças sociais (Srouf, 1998). Reporta às funções econômicas da empresa e as insere em um conjunto de normas e obrigações sociais que também deverá ser incorporado à “economia moral” do empreendedor individual e das micro e pequenas empresas. O respeito às normas e leis, “ainda que formal ou fictício”, assegura os “lucros de regularidade (é sempre mais fácil e mais confortável estar de acordo com a regra) ou de ‘regularização’ (como, às vezes, diz o realismo burocrático que fala, por exemplo, em ‘regularizar uma situação’)” (Bourdieu, 2008: 219).

No texto da Cartilha, os traços característicos do utilitarismo individualista aparecem mesclados com o ideário de moralidade, da integridade como um bem cívico, que impele ao respeito à normatividade social, tal como explicitados

nos argumentos contra a corrupção, nas denúncias de abusos nas relações públicas e privadas, e também nas referências ao bem-estar social, aos interesses coletivos. São ilustrativas dessa mesclagem as citações a seguir:

Além de cumprir com a sua função social e contribuir para o desenvolvimento de nossa sociedade, a empresa será diretamente beneficiada, ao atrair clientes, funcionários, fornecedores e parceiros que adotam a mesma postura (Sebrae, 2015: 16).

Adotar uma postura correta é um dever de cada cidadão, empresa ou instituição. [...] ter integridade é um compromisso com você, com sua empresa e com sua sociedade (Sebrae, 2015: 15).

A afirmação de compromissos para além dos interesses privados é frequente na retórica empresarial e em programas e ações dirigidos ao setor. Na mesma sintonia, o texto de apresentação do Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção situa as organizações signatárias como integrantes da coletividade “conscientes de que a sociedade civil brasileira espera dos agentes econômicos a declaração de adesão a princípios, atitudes e procedimentos que possam mudar a vida política do País, assim como anseiam pela efetiva prática de tais princípios”, [...] “desejosas de oferecer à nação uma resposta à altura das suas expectativas” (CGU; Instituto Ethos, 2009: 56).

Para concluir essa argumentação, é oportuno sublinhar os vínculos dessa mobilização pela integridade com a reafirmação do *ethos* fordista de organização e da mudança social capitaneada pelos empresários com base em suas próprias empresas. Além disso, imersos na cultura, os padrões normativos que prescrevem as condutas íntegras são também mecanismos de avaliação, julgamento, justificação e legitimidade. Novamente, faz-se apropriada a contribuição providencial de Bourdieu para entender essa reverência às virtudes éticas e ao bem-estar coletivo. Para o autor, a celebração real ou fictícia do desinteresse, do sacrifício dos interesses particulares e do arbítrio subjetivo aos ideais e interesses coletivos agrega “potência simbólica” à regra universal e afirma a superioridade da ordem ética. Ao mesmo tempo, “curvar-se, exteriormente, à regra oficial” pode resultar em ganhos materiais e/ ou simbólicos (Bourdieu, 2008: 219). O reconhecimento da universalização no plano lógico e ético serve tanto para enunciar quanto para denunciar a lógica egoísta, interessada, parcial e subjetiva das próprias estratégias de universalização – “a estratégia de legitimação por excelência” (Bourdieu, 2008: 220).

## A adesão às normas e/ ou o aprendizado da virtude?

No conjunto de documentos analisados, saltam aos olhos as ambiguidades da narrativa institucional e a sinuosidade do seu movimento: é notória a visão simplista (em parte, decorrente do caráter didático dos conteúdos), mecânica e pragmática da integridade, explicitamente vinculada aos benefícios de cumprimento das leis, mas sem anular a presença velada de significações associadas às convicções e condutas éticas motivadas subjetivamente. O pacto com a lei, o dever, a honestidade, a lealdade e a boa vontade têm sido importantes para a obtenção da eficácia econômica tanto do indivíduo quanto do grupo, reforçando a crença nas relações virtuosas entre a produtividade e os comportamentos e juízos dos agentes.

Outra revelação desses documentos é que o encaixe na ordem jurídica não basta, sendo necessária a mudança cultural, agora incidindo na prevenção e combate à corrupção. Os parâmetros para o desenho do programa de integridade antecipam a possível conversão de uma normatividade prescrita, impositiva, em um código moral de base consensual, de legitimidade mais sólida. Expressões como *cultura* e *aprendizado* sugerem a presença de processos de socialização e/ou ressocialização que estimulam a incorporação de valores e posturas, como honestidade, transparência e parceria, portanto, mais eficientes e efetivos do que os mecanismos de prevenção de infrações.

Se a vigilância, as ameaças e a punição são onerosas, elevam os níveis de tensão e exigem um aparato de repressão, a germinação de uma cultura de integridade, na teia de ações e relações que formatam as organizações, faz aflorar de forma mais “naturalizada”, vagamente percebida ou mesmo reflexiva, as condutas esperadas. Movimenta-se no sentido de favorecer a substituição dos mecanismos coercitivos de controle social por outros mais consensuais construídos por meio da informação, da educação e dos treinamentos, bem como do estímulo vindo do grupo de referência – os líderes e os gestores. Seria uma expressão do controle interiorizado e imperceptível, nos termos de Foucault (2009), mas sem descartar a afirmação de uma ética da convicção, na ótica weberiana. No cimento dessa base cultural, a exemplaridade (recurso fartamente explorado no material documental analisado nesta pesquisa) é uma das fontes inspiradoras para a construção de parâmetros morais e mecanismos regulatórios, pois estimula a dimensão da vida prática pautada pelo dever de agir corretamente, aproximando o “fazer o certo” do “fazer o bem” (Rosati; Weiss, 2015; Hitlin, 2015), simultaneamente, a obrigação/ obediência, o reconhecimento da autoridade moral das normas e leis e o respeito aos ideais comuns.

Uma questão crucial ainda permanece em aberto e aponta para a necessidade de reflexões mais focadas e refinadas a respeito dos mecanismos de conexão entre a exemplaridade e os sistemas simbólicos que operam simultaneamente como instrumento de conhecimento, reconhecimento, comunicação e de dominação (Bourdieu, 1990; 2008a). O tratamento dispensado aos “casos exemplares” delinea um tipo a ser perseguido, mas pouco atento à pluralidade da realidade social, à heterogeneidade dos contextos sociais e das experiências vividas.

Outra questão posta no decorrer da exposição – se a prática de boas condutas, inicialmente pautada por normas jurídicas impostas, pode produzir o aprendizado da moral ou o refinamento do senso moral – é de difícil resposta. A função de qualquer código moral é definir os padrões de comportamento, coibindo e condenando as transgressões. As violações podem ser nocivas tanto aos interesses particulares do transgressor quanto à ordem social (Moore, 1999). Por sua vez, a dimensão educativa da integridade visa a moldar um caráter específico, o cultivo das virtudes da prudência e da utilidade, no crivo dos interesses individuais, da ordem jurídica e da moralidade coletiva.

Parece óbvio que a imposição de código moral desencadeie e dependa do aprendizado das práticas, das condutas e procedimentos necessários para o cumprimento das normas prescritas. Mais próximo das condutas, o código de ética das empresas – concebido um guia prático de ação e de decisão no cotidiano corporativo, uma fonte de consulta para funcionários e para a direção – pode gradativamente contribuir para o continuado esforço de construção e reconstrução de uma cultura de trabalho e de negócios, nos parâmetros da integridade, e que se interioriza no sistema referencial coletivo. Também, nesse sentido, atuam os treinamentos de cujos conteúdos deve fazer parte a discussão dos “valores” relevantes para a empresa. Replica-se o que vale para outras linhas de ação centradas na promoção dos pequenos negócios, como a cultura do empreendedorismo e a da inovação.

A dúvida, no entanto, permanece quanto ao aprendizado do conteúdo moral que as normas encerram, as mudanças no plano valorativo-simbólico. Em outras palavras, o desafio é converter as normas jurídicas, que expressam relações de poder (coerção externa da lei), em normas morais traduzidas em valores e símbolos, produto de uma construção social e histórica e que se afirmam pela adesão e legitimidade, formatando o discurso de validação, de justificação (Srouf, 1998; Bourdieu, 2001; Boltanski; Thevenot, 1991).

Nesse aspecto, torna-se oportuno o recurso às explicações sobre a complexidade dos processos socializadores que ancoram essa discussão. Permanentes, contínuos, formais e informais, esses processos vão além da mera transmissão

de valores, normas e regras. Estão atrelados a um sistema de referências simbólicas e de representações sociais – o repertório para interpretação das situações vividas e das preferências quanto ao curso das ações (Dubar, 2005). Caberia explicitar os mecanismos que asseguram a submissão dos indivíduos a uma ordem normativa, convertendo a necessidade (obrigação) em uma virtude aprendida e cultivada. Em síntese, a socialização inclui a aprendizagem moral. Porém, os aprendizes, tal como na formulação de Hitlin (2015), são seres humanos multifacetados, em constante mutação, calculistas, emocionais e ilógicos, além de nem sempre serem autoconscientes de seus atos e percepções. As capacidades de agir, pensar e sentir sofrem múltiplas influências geradas no decorrer de processos históricos, na ação das forças estruturais e culturais e no exercício do livre arbítrio. O propósito de fazer do programa de integridade nos negócios um instrumento moralizador capaz de moldar os agentes econômicos como pessoas “morais” significa reconhecer a ancoragem moral também dos comportamentos racionais. A situação desejada é a incorporação da integridade no *habitus*, gerando a adequação subjetiva dos empreendedores aos imperativos das normas, ao referencial moral embutido na Cartilha. Por sua vez, essa complexa operação clama por uma nova arquitetura cultural para o mundo empresarial.

## Comentários Finais

Nas teias conceituais da sociologia econômica, do movimento de *embeddness/re-embeddness* social da economia, a compreensão das iniciativas institucionais de fomento às micro e pequenas empresas, no plano jurídico e no campo da ação operacional, aciona uma conexão complexa de vários pontos: o funcionamento do mercado e a construção democrática, a participação ativa do Estado e da sociedade civil e as demandas de *accountability* e *responsiveness* que a opinião pública incorpora.

Nessa embocadura teórica, situam-se o conceito de Empresa Íntegra e a armação do discurso da integridade que, consoante explorado nas seções anteriores, mobiliza tanto os padrões cognitivos (desenho do plano, análise de risco, aprendizagem, criação de mecanismos regulatórios etc.) quanto os recursos morais do público a ser atingido. Assim sendo, não convém o reducionismo analítico, atendo-se às conexões entre o programa de integridade e o autointeresse – a maximização da utilidade mediante o ajuste da lei aos fins estritamente empresariais –, e se esquivando da compreensão de significados subjetivos e contextuais presentes na própria lógica da constituição dos agentes. Uma multiplicidade de lógicas de ação se ancora em interesses materiais individuais, mas

também em outras motivações referenciadas a um código cultural, provenientes de outros repertórios, como o da moral, dos sentimentos, dos laços sociais e das identificações no plano do simbólico. O discurso de legitimação do mercado não se sustenta solidamente nos tradicionais argumentos construídos com base no autointeresse e na eficiência, exigindo uma narrativa elaborada em termos mais elevados (morais e civilizadores) (Fourcade; Healy, 2007).

O reconhecimento das referências éticas na modelagem do comportamento e do juízo humano também nas relações de mercado não esgota o debate acerca da relação sempre problemática entre moral e interesse. Segundo Comte-Sponville (2005: 45), a ação moral pode comportar um interesse, porém, “ela só é válida, moralmente, na medida em que sua motivação não se reduzir a esse interesse – portanto, somente na proporção do desinteresse, pelo menos parcial, que ela comporta ou manifesta”. Nesses parâmetros de avaliação, a normatividade da integridade empresarial estaria na ordem jurídica e política e não na ordem moral ou na ordem ética. É nítida a acepção oportunista da virtude como fonte de lucro, marcando a presença da racionalidade instrumental na esfera dos valores, das crenças não exatamente para desencantá-las, mas para fazer do encantamento uma fonte de realização dos interesses. Reafirma-se o pragmatismo da virtude, mas aqui, o contexto institucional é mais aparelhado, sobretudo em seus mecanismos de controle e de fiscalização, para responder às demandas de transparência e de responsabilização.

Há que se ponderar, no entanto, que a integridade, em seu *status* ontológico ou axiológico, é uma categoria aberta e ambígua, afirmando-se ora como um valor em si ora como valor econômico, mediado pela utilidade. O valor utilitário interesseiro não exclui o significado moral, mais virtuoso (o dever), pois a integridade nos negócios seria benéfica tanto às empresas quanto ao interesse coletivo. Nessa promessa de universalização dos ganhos, explicita-se o código moral que legitima o interesse, as aspirações e vantagens relativas ao bem-estar de uma pessoa ou grupo, mas também as realizações e oportunidades em termos de objetivos mais gerais.

A despeito dos comportamentos oportunistas, a honestidade e a integridade são valores interiorizados, constatação que contribui para se entender a força de sedução e a própria banalização das construções discursivas da moral, tão em voga. A discussão sobre o retorno da moral, o ponto de partida dessa exposição, situa-se no contexto mais amplo caracterizado pela fragilidade do potencial de radicalidade embutido na crítica ao capitalismo diante do “quase monopólio ideológico” dessa forma de organização econômica e social, como também pela crise da política (nos mecanismos de regulação e de representação) e da

religião, fraturando-se os pilares da solidariedade social (Boltanski; Chiapello, 2009; Comte-Sponville, 2005).

A moral pode ser o repositório de valores e ideias, uma tábua de salvação, a resposta possível à demanda sistêmica por justificação e legitimidade diante da erosão das ideologias, a fragmentação das referências identitárias e a fragilidade das narrativas utópicas de apelo coletivistas. Do novo espírito do capitalismo (Boltanski; Chiapello, 2009) ou do atual circuito cultural do capitalismo (Thrift, 2005) faz parte a integridade empresarial, a palavra de ordem que baliza inclusive as retratações públicas e delações “premiadas”, tão em voga no cenário atual, no Brasil e no mundo. Não obstante a expressividade da retórica da integridade, o farto noticiário sobre o envolvimento de grandes corporações (inclusive algumas certificadas em “boa conduta”) em práticas de corrupção sinaliza a impotência operante dos programas internos de “*compliance*” para evitar ou prevenir a ocorrência de ilícitos, fazendo parecer triviais e ingênuos os esforços de explorar analiticamente o programa de integridade para os pequenos empreendimentos – o foco deste artigo.

## Referências

- BOLTANSKI, Luc.; CHIAPELLO, Eve. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo, Martins Fontes, 2009.
- \_\_\_\_\_.; THÉVENOT, Laurent. *De la justification: les économies de la grandeur*. Paris, Gallimard, 1991.
- BOURDIEU, Pierre. *Coisas ditas*. São Paulo, Brasiliense, 1990.
- \_\_\_\_\_. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. 9ª ed. Campinas, SP, Papyrus, 2008 (1996).
- \_\_\_\_\_. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo, EDUSP; Porto Alegre, RS, Zouk, 2008a.
- BRASIL. *Lei Complementar n. 123 de 14 de dezembro de 2006*. Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, 2016. Disponível em: <<http://receita.economia.gov.br/aceso-rapido/legislacao/leis-complementares#LC2006>>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- BRASIL. *Lei n. 12.846 de 01 de agosto de 2013*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/lei/12846.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/12846.htm)>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- BRASIL – Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Comprando das Micro e Pequenas Empresas. *Caderno de Logística n. 4*. Brasília (DF), 2013a.
- BRASIL. Ministério da Transparência e Controladoria Geral da União. Projeto Integridade: um grande compromisso para pequenas empresas. *CGU*, 23/12/2014.

- Disponível em: <<http://www.cgu.gov.br/assuntos/etica-e-integridade/setor-privado/micro-e-pequenas-empresas/projeto-integridade-sebrae-cgu>>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- BRASIL. Presidência da República. *Decreto Lei n. 8.420/2015*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/decreto/d8420.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/decreto/d8420.htm)>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- BRASIL. CGU-SMPE. *Portaria n. 2.279/2015*. Diário Oficial da União – Seção 1. n. 173, quinta-feira, 10 de setembro de 2015, 2015a.
- BRASIL. Ministério da Transparência e Controladoria Geral da União. *Empresa Pró-Ética*, s/d. Disponível em: <<http://www.cgu.gov.br/assuntos/etica-e-integridade/empresa-pro-etica>>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- BRASIL. Ministério da Transparência e Controladoria Geral da União. Ministério da Transparência e Sebrae lançam Rede Nacional Empresa Íntegra. *CGU*, 11/07/2017. <<http://www.cgu.gov.br/noticias/2017/07/ministerio-da-transparencia-e-sebrae-lancam-rede-nacional-empresa-integra>>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- CNM/SEBRAE. *Manual de Desenvolvimento dos Municípios*. Brasília: CNM/SEBRAE, 2011. Disponível em: <[www.portaldodesenvolvimento.org.br](http://www.portaldodesenvolvimento.org.br)>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- COLLINS, Randall. On the microfoundations of macrosociology. *American Journal of Sociology*. v. 86, n. 5, 1981, pp. 984-1014.
- COMTE-SPONVILLE, André. *O capitalismo é moral? Sobre algumas coisas ridículas e as tiranias de nosso tempo*. São Paulo, Martins Fontes, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Pequeno Tratado das Grandes Virtudes*. São Paulo, Martins Fontes, 1996.
- CGU (Controladoria Geral da União); INSTITUTO ETHOS; GRUPO DE TRABALHO DO PACTO EMPRESARIAL PELA INTEGRIDADE CONTRA A CORRUPÇÃO. *A responsabilidade social das empresas no Combate à corrupção*. Junho 2009. Disponível em: <[http://www.cgu.gov.br/Publicacoes/etica-e-integridade/arquivos/manualrespsocialempresas\\_baixa.pdf](http://www.cgu.gov.br/Publicacoes/etica-e-integridade/arquivos/manualrespsocialempresas_baixa.pdf)>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- CUNHA FILHO, Marcelo de Castro; FERES, Marco Viniceo Chein. Ordem normativa institucional e liberdade. *RBCS*. v. 31, n. 90, fevereiro/2016, pp. 137-150.
- DUBAR, Claude. *A socialização: construção das identidades sociais e profissionais*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- FERNANDES, Jorge Ulisses Jacoby. *O Município contratando com a micro e pequena empresa: o estatuto da micro e pequena empresa fomentando a economia dos municípios*. Brasília: SEBRAE, 2009. Disponível em: <<http://sites.pr.sebrae.com.br/leigeral/wp-content/uploads/sites/35/2013/12/Municipio-contratando-MPE.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir: Nascimento da Prisão*. 36ª ed. Petrópolis, Vozes, 2009.

- FOURCADE, Marion; HEALY, Kieran. Moral Views of Market Society. *Annual Review of Sociology*. v. 33, 2007, pp. 285-311. Disponível em: <<http://soc.annualreviews.org>>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- FOURCADE, Marion. The economy as morality play, and implications for the Eurozone crisis. In: FOURCADE, Marion; STEINER, Philippe; STREECK, Wolfgang; WOLL, Cornelia. (Orgs.) *Moral Categories in the Financial Crisis*. MaxPo Discussion Paper. *Max Planck Sciences Po Center on Coping with Instability in Market Societies*. n. 13, v. 1. June 2013, pp. 21-27. Disponível em: <[https://pure.mpg.de/rest/items/item\\_1854550/component/file\\_1854548/content](https://pure.mpg.de/rest/items/item_1854550/component/file_1854548/content)>. Acesso em: 14 mai. 2019.
- GIDDENS, Anthony. *A constituição da sociedade*. São Paulo, Martins Fontes, 2. ed, 2003.
- HEINICH, Nathalie. La Sociologie à l'épreuve des valeurs. *Cahiers Internationaux du Sociologie*. v. 2, n. 121, 2006, pp. 287-315. DOI 10.3917/cis.121.0287.
- HITLIN, Steven. Os Contornos e o Entorno da Nova Sociologia da Moral. *Sociologias*. Porto Alegre, n. 17, v. 39, mai/ago 2015, pp. 26-58. <<http://dx.doi.org/10.1590/15174522-017003902>>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- HIRSCHMAN, Albert. *As paixões e os interesses. Argumentos políticos para o capitalismo antes de seu triunfo*. São Paulo, Paz e Terra, 2000.
- MOORE, Barrington. *Aspectos morais do crescimento econômico e outros ensaios*. Rio de Janeiro, Record, 1999.
- MOREIRA, Heloísa Camargo; MORAIS, José Mauro. *Compras Governamentais: Políticas e Procedimentos na Organização Mundial de comércio, União Europeia, Nafta, Estados Unidos e Brasil*. Texto para Discussão nº 930, IPEA. Brasília, 2002. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td\\_0930.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_0930.pdf)>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- POLANYI, Karl. *A grande transformação: as origens políticas e econômicas de nosso tempo*. Rio de Janeiro, Campus, 1980.
- ROSATI, Massimo; WEISS, Raquel. Tradição e autenticidade em um mundo pós-convenção: uma leitura durkheimiana. *Sociologias*. Porto Alegre, n. 17, v. 39, mai/ago 2015, pp. 110-162. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/15174522-017003904>>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- SEBRAE. *Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas. A história de uma lei que veio para fazer História*. Brasília, Sebrae Nacional, 2007. Disponível em: <[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- \_\_\_\_\_. *Integridade para Pequenos Negócios. Construa o país que desejamos a partir da sua empresa*. Brasília (DF), SEBRAE Nacional, 2015.
- \_\_\_\_\_. *Conhecer Projeto Prosperar*, n. 33, janeiro de 2016. Disponível em: <[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)>; Acesso em: 26 mar. 2019.
- SEN, Amartya. K. *Desenvolvimento com liberdade*. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

- SROUR, Robert. H. *Poder, Cultura e Ética nas Organizações*. Rio de Janeiro, Campus, 1998.
- STEINER, Philippe. High wages in the financial crisis. In: FOURCADE, Marion; STEINER, Philippe; STREECK, Wolfgang; WOLL, Cornelia. Moral Categories in the Financial Crisis. MaxPo Discussion Paper 13/1. *Max Planck Sciences Po Center on Coping with Instability in Market Societies*. n. 13, v. 1. Jun. 2013, pp. 5-9. Disponível em: <[https://pure.mpg.de/rest/items/item\\_1854550/component/file\\_1854548/content](https://pure.mpg.de/rest/items/item_1854550/component/file_1854548/content)>. Acesso em: 14 maio 2019.
- STREECK, Wolfgang. The construction of a moral duty for the Greek people to repay their national debt. In: FOURCADE, Marion; STEINER, Philippe; STREECK, Wolfgang; WOLL, Cornelia. Moral Categories in the Financial Crisis. MaxPo Discussion Paper 13/1. *Max Planck Sciences Po Center on Coping with Instability in Market Societies*. n. 13, v. 1. June 2013, pp. 14-20. Disponível em: <[https://pure.mpg.de/rest/items/item\\_1854550/component/file\\_1854548/content](https://pure.mpg.de/rest/items/item_1854550/component/file_1854548/content)>. Acesso em: 14 maio 2019.
- THRIFT, Nigel. *Knowing Capitalism*. London, Sage, 2005.
- VANDENBERGHE, Frédéric. A Sociologia como uma Filosofia Prática e Moral (e vice-versa). *Sociologias*. Porto Alegre, n. 17, v. 39, maio/ago 2015, pp. 60-109.
- WEBER, Max. *A ética protestante o “espírito” do capitalismo*. São Paulo, Companhia das Letras, 2004.
- WEISS, Raquel. Apresentação do dossiê: Sociologia e Moral. *Sociologias*. Porto Alegre, n. 17, v. 39, maio/ago 2015, pp. 16-24.
- WORLD BANK INSTITUTE. *Fighting Corruption Through Collective Action – A Guide for Business*. Washington, DC, 2008. Disponível em: <[https://www.globalcompact.de/wAssets/docs/Korruptionspraevention/Publikationen/fighting\\_corruption\\_through\\_collective\\_action.pdf](https://www.globalcompact.de/wAssets/docs/Korruptionspraevention/Publikationen/fighting_corruption_through_collective_action.pdf)>. Acesso em: 14 maio 2019.

Recebido em 17/10/2017

Aprovado em 30/05/2019

### **Como citar este artigo:**

- COLBARI, Antonia de Lourdes. “Integridade para Pequenos Negócios” e desencantamento da moral. *Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar*, v. 9, n. 1, jan.-jun. 2019, pp. 123-144.