

Ética profissional, empresarial e responsabilidade social das empresas

Por Fábio Henrique Ferreira de Albuquerque e Porfírio Bentinho

Na actualidade, não basta a uma empresa ser economicamente forte. A sociedade encarregar-se-á de exigir novos valores. A existência de códigos formais de ética empresarial e profissional, se bem implementados e divulgados, revelam-se essenciais ao estabelecimento de condutas expectáveis, mitigadoras da ocorrência de fraudes de diversas naturezas.



Fábio Henrique Ferreira de Albuquerque
TOC n.º 84 659
Mestrando em Auditoria pelo ISCAL



Porfírio Bentinho
TOC n.º 14 608
Mestrando em Contabilidade Internacional pelo ISCAL

Comecemos este trabalho por distinguir honestidade de ética, confusão habitualmente verificável. Em consulta ao Dicionário da Língua Portuguesa, ficamos de imediato a saber que a primeira advém do latim, enquanto ética divide a sua origem entre esta última e a língua helénica. Honestidade define-se como a «qualidade do que age com rectidão, de acordo com a verdade; seriedade; probidade», ou ainda «característica daquele que é sincero, e em quem se pode confiar; lealdade.» Ética, por sua vez, disciplina consagrada no campo da filosofia, tem o seu significado expresso como a «disciplina que procura determinar a finalidade da vida humana e os meios de a alcançar, preconizando juízos de valor que permitem distinguir entre o bem e o mal.» Desta forma, diz respeito à «ciência da moral», regulada por «princípios morais

por que um indivíduo rege a sua conduta pessoal ou profissional.»

Honestidade é uma qualidade pessoal, e por isso mesmo mutável. Podemos agir com honestidade ou não em determinado momento. Ou dito de outro modo: seremos honestos ou não em determinadas circunstâncias e, invariavelmente, não o seremos sempre – de acordo com a moral própria que nos regula. Ética, por seu turno, é representativa de um conceito mais alargado e com menor carácter de imutabilidade. Em síntese, caberá aqui a máxima comumente utilizada segundo a qual «quem é ético age com honestidade.»

No que toca à distinção entre ética e moral, autores como Ackoff (1994, 55) sugerem para aquela uma maior amplitude, nas seguintes linhas: «(...) a ética lida com princípios que ultrapassam a própria sociedade, que são pensados para ser aplicados a todos, independentemente da sociedade a que pertencem; e a moral com princípios emanados de uma sociedade e que só se podem aplicar a ela.»

Existe, portanto, uma moral subjacente a toda sociedade, ligada a esta por motivos de ordem religiosa (daí que se fale na existência de uma moral cristã, judaica, etc.), histórica e até mesmo geográfica.⁽¹⁾

Directamente associado ao conceito de ética, encontramos um outro, advindo da fusão das palavras gregas *déon*, *déontos*, no sentido de dever, e a palavra *lógos*, significando discurso ou tratado. O termo «deontologia» está assim relacionado com os deveres e princípios a observar por um determinado grupo profissional. ⁽²⁾ Trata-se, linhas breves, de uma ramificação da ética especialmente vocacionada à observação de normas de comportamentos, atitudes e condutas a seguir no contexto do exercício de uma profissão, pese embora a preferência que se verifica pela adopção do termo «código de ética profissional» em detrimento de «código deontológico», esta última perfeitamente substituível àquela.⁽³⁾

De acordo com Vásquez (1999, 23), ética «(...) é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade, ou seja, é a ciência de uma forma específica do comportamento humano.» Arens (2006, 74)⁽⁴⁾ afirma ainda que «o comportamento ético é necessário para uma sociedade funcionar de modo ordenado. Pode-se mesmo dizer que a ética é a “cola” que mantém

uma sociedade unida.» O comportamento anti-ético, por seu turno, é, na opinião do mesmo autor, definida como a «conduta que difere da que se acredita ser a mais apropriada face a situações concretas.» Continua ainda por dizer que há duas principais razões que levam as pessoas a cometer atitudes anti-éticas: a primeira respeita ao facto de que os padrões éticos de cada pessoa são diferentes dos da sociedade como um todo; a segunda, à escolha de cada pessoa por agir livremente. Muitas vezes, porém, as duas situações coexistem.

Ackof (1994, 56), já acima referenciado, distingue ainda três conceitos de ética ligados ao ambiente empresarial, de seguida expostos:

Ética mecanicista – De todas é esta a visão mais tradicional do conceito de ética. Envolve a formulação de regras rígidas de conduta. A adesão a essas regras é considerada «representar o bem» ou representativa da sua conformidade.

Ética organicista – Aceita a sobrevivência como o principal objectivo das entidades que se propõem atingir um fim e, por conseguinte, como o bem último. Conclui-se então que tudo que contribui para a sobrevivência é bom, sendo o bem a medida da sua eficiência.⁽⁵⁾

Ética do sistema social – Baseia-se no reconhecimento do facto de que as empresas, como sistemas sociais: 1) têm objectivos próprios; 2) contêm indivíduos que têm os seus objectivos específicos; 3) são parte de um sistema mais vasto que também tem as suas finalidades próprias e 4) esses sistemas envolventes mais vastos contêm, por sua vez, outros sistemas sociais e indivíduos com objectivos próprios.

Em síntese, as visões mecanicista (absoluta) e organicista (relativa) avaliam decisões partindo do seu conteúdo (conformidade com as normas estabelecidas) e da sua consequência, no primeiro caso, ou resultado, no segundo. A ética do sistema social avalia as decisões pela maneira, pelos motivos e por quem elas são feitas, e não pelo seu conteúdo ou por suas consequências.

Esta última que, julgamos, é a mais concernente com os propósitos relacionados com o tema deste trabalho, e a que se constata presente, embora de modo implícito apenas, no conteúdo da generalidade da revisão de literatura efectuada.

O código de ética talvez mais disseminado no mundo ocidental é aquele composto pela tábuca dos dez mandamentos judaico-cristãos. Tal

como acontece nas religiões, também as normas nacionais reflectem fundamentos éticos, ligados sobretudo a aspectos culturais enraizados na sociedade, e donde se conclui que a necessidade de uma conduta social ética na sociedade é de tal modo importante que muitos dos valores éticos aceites na generalidade são incorporadas em leis.

Sendo certo que um código deontológico não possa abranger todas as questões decorrentes do exercício de uma actividade, poderá fornecer, por outro lado, uma linha de actuação e de conduta mais austera, sujeitando os seus partícipes a penalidades no caso de transgressões.

A ética no contexto empresarial

O termo ética assume, como vimos, diferentes significados, dependendo, entre outros, da realidade específica em que os agentes actuam. Encontramos em Nash (1993, 6) o enquadramento deste conceito no contexto empresarial, assim expresso: «A ética nos negócios é o estudo da forma pela qual as normas morais e pessoais se aplicam às actividades e aos objectivos das empresas. Não se trata de um padrão moral separado, mas do estudo de como o contexto dos negócios cria os seus problemas próprios e exclusivos à pessoa moral que actua como um gestor desse sistema.»

Face ao novo ambiente de negócios em que se vive e da consciência no seio empresarial de que cada qual é apenas parte de um todo, reforçam as empresas o seu compromisso com a ética e a transparência empenhando-se no aperfeiçoamento das relações com os diversos públicos ou partes interessadas (CNI: 2006).

Grajew (1999) ⁽⁶⁾ defende, assim, para as empresas uma estratégia focada na ética, condutora de inúmeros benefícios, tais como:

- valorização da imagem da organização e da marca;
- maior lealdade de todos os públicos, em especial, dos consumidores;
- maior capacidade de recrutar e reter talentos;
- flexibilidade e capacidade de adaptação;
- longevidade.

Nesse âmbito, um código de ética bem formulado, assente na expressão da vontade e da cultura da empresa e seus diferentes grupos, apresenta-se como o principal documento de apoio no forne-

cimento de linhas directrizes úteis à tomada de decisões. Para tal, não basta que exista exclusivamente “no papel”. A sua implementação deve firmar-se em campanhas de formação, iniciais e subseqüentes, de modo a tornar-se de todos conhecido e reconhecido como integrante do ambiente cultural e de valores da empresa. Destaque-se ainda que, sobretudo nos momentos mais críticos, o código de ética auxilia na redução do risco de interpretações subjectivas aos aspectos morais e éticos inerentes a cada situação em particular (IEERS: 2000).

Um outro facto a ter em conta, desta feita destacado no COSO-ERM, prende-se com os exemplos emanados da gestão de topo, respondendo estes pelos reflexos das várias deficiências por vezes contidas no sistema de controlo interno, e que a implementação do código de ética inicialmente tencionava minimizar, como de seguida transcrevemos: «(...) Porém, o cumprimento das normas éticas, estejam ou não incorporadas em um código escrito, será tão ou mais eficaz quando apoiado pelas acções e pelos exemplos da gestão de topo. É provável que os empregados desenvolvam as mesmas atitudes em relação ao certo e ao errado – e em relação a riscos e controles – como os mostrados pela alta administração. As mensagens mediante acções praticadas pela directoria executiva serão rapidamente incorporadas na cultura da organização. E o simples facto de o Presidente ter feito a coisa certa em termos de ética, quando confrontado com uma difícil decisão, envia uma mensagem de grande impacto sobre toda a organização.» COSO (2007a)

No contexto nacional, a título ilustrativo, um estudo conduzido pelo IPCG (2006) ⁽⁷⁾ revela que a generalidade das sociedades alvo de análise manifesta preocupação pela adopção de medidas e definição de princípios éticos e/ou deontológicos que pautem o exercício da respectiva actividade. ⁽⁸⁾ Além da legislação e demais regulamentação em vigor aplicável ao sector em que as mesmas actuam, algumas dessas sociedades entenderam proceder à compilação do conjunto de regras de conduta relativas aos valores que pretendem implementar. Essa preocupação manifesta-se, nomeadamente, através da publicação, com origem nos conselhos de administração, de um documento formal (normalmente designado de código) contendo o núcleo essencial desses valores e princípios, devendo os seus destinatários (órgãos sociais e demais colaboradores) aderir ao mesmo. O carácter vinculativo

de tais códigos é, em regra, reforçado pelo acto de adesão dos respectivos destinatários. Em consequência, a sua violação pode ter consequências disciplinares para o colaborador visado, sem prejuízo de responsabilidade civil, criminal ou contra-ordenacional que a conduta em causa possa também desencadear.

A ética e a fraude

Quando se fala em ética empresarial, quase de imediato o senso comum relaciona esta temática com a fraude, como se de sua antítese se tratasse. Para Sá (1996, 15), numa definição maioritariamente ligada a aspectos jurídico-normativos ⁽⁹⁾, a fraude é «um erro cometido propositalmente para prejudicar alguém.» Todavia, o CFC ⁽¹⁰⁾ em sua Resolução n.º 836/99, de 22 de Fevereiro, revela para a fraude um carácter sobretudo mais abrangente, e por tal facto nos terá servido de linha orientativa à concepção deste ponto do trabalho. Assim, e segundo o referido organismo, o termo fraude refere-se ao acto intencional de omissão ou manipulação de transacções, adulteração de registos, documentos e demonstrações financeiras, verificáveis em decorrência de, entre outros:

- a) manipulação, falsificação ou alteração de registos ou documentos, de modo a modificar a evidência de activos, passivos e resultados;
- b) apropriação indevida de activos;
- c) supressão ou omissão de transacções nos registos contabilísticos;
- d) registo de transacções sem evidência documental;
- e) utilização de práticas contabilísticas não aceites legalmente.

Um estudo levado a cabo pela KPMG (2007), conclui que «a maioria dos crimes de fraude são cometidos por gestores de topo das empresas.» ⁽¹¹⁾

O referido estudo, «o primeiro alguma vez efectuado a partir de casos reais de fraude», revela também que os prevaricadores valem-se de SCI ineficazes, resultando assim em prejuízos avultados para as empresas.

Nas palavras de António Macedo ⁽¹²⁾ (KPMG: 2007) encontramos que: «Mais de 60 por cento dos autores de fraudes são gestores de topo. Esta classe de gestores tem acesso a informação confidencial e, devido à sua posição, é-lhes mais fácil contornar os sistemas de controlo interno e infligir danos maiores às empresas.»

Na sequência, verificamos que à ocorrência de tais fraudes não estão isentas nem as grandes

nem as pequenas empresas, resultando em muitos casos em perdas materiais e imateriais dignas de relevo. Outras conclusões interessantes extraídas a partir da investigação efectuada (KPMG, 2007):

- o prevaricador típico é do sexo masculino, com idade compreendida entre os 36 e os 55 anos e uma antiguidade média na empresa entre três a seis anos;
- criada a oportunidade, ele é compelido a cometer a fraude por forte pressão financeira – em virtude de um estilo de vida excessivo –, ou por uma ambição desmesurada, actuando geralmente sozinho;
- os prevaricadores actuam de forma recorrente. Em 91 por cento dos casos investigados, eles cometem diversas fraudes antes de serem descobertos. Cerca de metade cometem entre 10 a 100 fraudes;
- as fraudes são quase sempre cometidas durante um período longo de tempo: em 76 por cento das situações, os casos remontam a mais de seis meses e em 33 por cento delas, a três anos ou mais;
- na maioria dos casos, os prevaricadores aproveitam-se de sistemas de controlo interno fracos. Nestes casos, não é surpreendente, pois as fraudes descobertas com base em denúncias anónimas só raramente são identificadas pelos sistemas de controlo interno.

É interessante notar ainda que tais conclusões se coadunam com algumas disposições contidas no COSO-ERM, segundo o qual (COSO:2007a) «o comportamento ético e a integridade administrativa são subprodutos da cultura empresarial, que compreende as normas éticas e comportamentais, e a forma pela qual estas são comunicadas e reforçadas. A cultura organizacional determina aquilo que efectivamente ocorre e quais as normas que serão observadas, distorcidas ou ignoradas. A gestão de topo – a começar pelo presidente – desempenha um papel fundamental na determinação da cultura organizacional, estabelecendo o “nível ético” a ser seguido.»

O mesmo documento aponta outros factores como potenciais influenciadores do comportamento ético no ambiente organizacional, incentivando, por vezes, a ocorrência de práticas e actos fraudulentos, em especial no que toca à manipulação das demonstrações financeiras, assim expressos (COSO: 2007a):

• Actos desonestos, ilegais ou anti-éticos podem ser praticados por alguns colaboradores simplesmente porque a organização lhes propicia forte incentivo ou tentação para assim actuar, tais como:

- Concentração exagerada nos lucros – «vendas ou lucros a qualquer preço» – podem frequentemente desencadear acções e reacções imprevisíveis;
- Táticas agressivas de vendas, negociações obscuras ou ofertas implícitas de suborno podem, designadamente, suscitar reacções de efeitos imediatos ou mesmo prolongados;
- Outros incentivos para a utilização de práticas de relatórios fraudulentos ou questionáveis e, por extensão, outras modalidades de comportamento anti-ético podem incluir gratificações fortemente dependentes dos resultados, especialmente no que toca aos resultados a curto prazo;
- Outra causa de práticas duvidosas é a ignorância. Os valores éticos não devem ser apenas comunicados, mas acompanhados de orientação específica em relação ao certo e ao errado.

Contudo, certo é que algumas medidas podem ser implementadas no sentido da remoção ou, pelo menos, redução das tentações, onde a definição de incentivos adequados revelam-se eficazes na eliminação do comportamento indesejável. A definição de incentivos acompanhados dos controles apropriados podem, nesse contexto, apresentar-se como uma valiosa técnica de gestão, desde que as metas de desempenho sejam realistas e bem fundamentadas. Por outro lado, um sistema de elaboração de relatórios adequadamente controlado poderá servir de salvaguarda contra tentativas de manipulação do desempenho por parte dos seus intervenientes. Outras medidas incluem ainda a existência de um código de ética de todos conhecido, apresentando-se como um importante instrumento no que toca à afirmação dos valores organizacionais. Do mesmo modo, torna-se fundamental a concepção de um modelo de gestão concebido e estruturado de modo a permitir fluxos adequados de comunicação, a partir dos quais a ocorrência de quaisquer falhas, desvios ou deficiências possam ser, tão logo quanto possível, reportadas. O COSO-ERM aponta uma outra medida dissuasora da ocorrência de fraudes, que dada a sua importância adiante referimos (COSO: 2007a):

«A existência de um código de ética escrito e perceptível, e um canal adequado de comunicação, não asseguram, por si só, que o código seja observado. É importante também que estejam previstas penalidades para aqueles que violem as suas disposições, mecanismos que incentivem a comunicação de suspeitas de infracções, bem como medidas disciplinares contra os empregados que, intencionalmente, não as relatem.»

A sensibilidade a este tema está patente nas reacções das empresas afectadas. De acordo com o mesmo estudo anteriormente apresentado (KPMG: 2007), dois terços destas emitem informação incompleta ou até não chegam a emitir qualquer informação sobre o incidente. Colaboradores, autoridades e meios de comunicação social raramente são informados da ocorrência de fraude, temendo projectar uma imagem negativa da empresa.

Assim, só ocasionalmente as fraudes são objecto de investigação criminal, uma vez que, na maioria dos casos, investigações independentes são efectuadas sem que a polícia ou as autoridades públicas sejam informadas. António Macedo conclui, categoricamente, afirmando que a solução passa sempre por medidas preventivas, só resolvidas pela introdução da ética e integridade no ambiente organizacional, adiante citado: «Raramente as empresas lesadas conseguem recuperar os danos causados. Isto é agravado pelo facto da compensação geralmente levar vários anos a resolver-se. A prevenção – tal como a realização de um “Fraud and Misconduct Risk Assessment” e a introdução de medidas de Ética e Integridade, mesmo ao nível de topo – é sempre o meio mais eficiente e rentável.»

A ética e a responsabilidade social das empresas

Não poderíamos deixar de tecer aqui breves considerações no tocante à relação da ética com a responsabilidade social das empresas, dada a sua actualidade. Em causa, nesse contexto, a controvérsia em torno do modelo de actuação defendido pelos gestores na condução dos interesses empresariais e, bem assim, na definição de tais interesses. Tal problemática é sinteticamente descrita por Matos (2005) do seguinte modo: «O conceito de responsabilidade social da empresa oscila entre dois extremos, dos quais um deles reduz a responsabilidade da empresa à obtenção do lucro mais significativo possível, enquanto o outro alarga a responsabilidade a todos os actores com algum interesse na empresa.»

Friedman afirmava que a única responsabilidade de uma empresa consistia em «utilizar os seus recursos e empenhar-se em actividades destinadas ao aumento dos seus lucros, em respeito às regras do jogo (...).»

As linhas acima destacam o dilema em torno do papel da empresa na sociedade, à volta dos seguintes questionamentos: existe a empresa em função exclusiva do capital que a financia, isto é, para os seus sócios/accionistas, sendo, portanto, e nesse sentido, amoral? Deverá ter a empresa objectivos mais amplos e gerais, relacionados com o ambiente em que as mesmas actuam?

Centrado nessa problemática, Dornelas (2005) considera ainda que «ambas as visões convergem no sentido de que as empresas têm uma função social a cumprir na sociedade e, dessa forma, possuem atribuições éticas. Mas a discordância fundamental é sobre a natureza das atribuições éticas e quem se beneficiará com elas. Esse contexto, fundamentado na dimensão ética, introduz a preocupação crescente com a legitimidade social da actuação da empresa.»

Para Matos (2005), destaque-se, «de um ponto de vista ético, a segunda percepção é claramente a mais satisfatória.» Porém, de acordo com renomados economistas dos quais Milton Friedman sobressai, a responsabilidade social da empresa resume-se ao cumprimento de uma «ética minimalista», isto é, ao aumento dos lucros para os detentores do capital. Friedman afirmava que a única responsabilidade de uma empresa consistia em «utilizar os seus recursos e empenhar-se em actividades destinadas ao aumento dos seus lucros, em respeito às regras do jogo, isto é, às regras de uma concorrência aberta e livre, sem logro ou fraude.»⁽¹³⁾ Para o economista, a responsabilidade social da empresa é uma doutrina fundamentalmente subversiva.

Contrariamente a esta corrente, encontramos os defensores da «teoria das partes interessadas», facultando à empresa responsabilidades sociais mais alargadas. Michael Porter e Mark Kramer incluem-se entre os defensores de uma visão sistémica das relações da empresa com o meio envolvente, reconhecendo, por um lado, as necessidades e prioridades dos seus intervenientes; por

outro, as consequências das suas acções no plano social, com o objectivo de melhorar o bem-estar da população em geral, ao mesmo tempo que protege os seus interesses e dos seus accionistas. Sob este ponto de vista, a competitividade e a visão social da empresa não são de todo excludentes ou incompatíveis, ao contrário do que preceitua o «fundamentalismo» defendido por Friedman.

Considerações finais

No cenário internacional, as organizações vêm discutindo o seu novo posicionamento, identificando e dimensionando as suas relações com os múltiplos universos de interesse e estabelecendo as contribuições sócio-económicas a oferecer ao ambiente interno e externo em que actuam. Tudo isso sem prejuízo da sua competitividade.

Assim, na actualidade, não basta a uma empresa ser economicamente forte. Sendo esta a sua única qualidade, a sociedade encarregar-se-á de exigir novos valores, intimamente ligados à função social que lhe é imprescindível. As estratégias definidas

pelas organizações dos nossos dias passam, cada vez mais, pela necessária sustentabilidade em valores éticos, opinião corroborada pelo COSO (2007a) nas seguintes linhas: «A boa reputação de uma organização pode ser tão valiosa que os seus padrões de comportamento devem estender-se para além do mero cumprimento de normas. Os gestores de organizações bem administradas aceitam cada vez mais o conceito que a ética compensa e que o comportamento ético é um bom negócio.»

A existência de códigos formais de ética empresarial e profissional, se bem implementados e divulgados, revelam-se essenciais ao estabelecimento de condutas expectáveis, mitigadoras da ocorrência de fraudes de diversas naturezas. ■

(Texto recebido pela CTOC em Outubro de 2008)

Bibliografia

Disponível para consulta no *site* da CTOC (www.ctoc.pt).

(¹) É preciso deixar claro, no entanto, que as sociedades são – e isso devido, sobretudo, à globalização – cada vez menos resistentes a mudanças de conceitos antes tidos como inatacáveis.

(²) Habitualmente utilizado em associação com o termo «profissional», compondo desse modo a pleonástica expressão «deontologia profissional».

(³) Neste trabalho, manter-se-á a designação adoptada pela generalidade dos códigos emanados dos organismos profissionais, adiante apresentados.

(⁴) Tradução livre.

(⁵) Esta visão de ética é também discutida, implicitamente apenas, no ponto relativo à ética e responsabilidade social.

(⁶) Fundador do Instituto *Ethos* de Empresas e Responsabilidade Social.

(⁷) No que respeita ao levantamento das práticas instituídas, e à caracterização da sua evolução recente, o objecto de análise foram as dez maiores empresas cotadas (aferida a sua dimensão pela capitalização bolsista à data de início dos trabalhos).

(⁸) O IPCG faz notar que «do universo das dez sociedades analisadas apenas duas, a Sonae e a Cimpor, não dispõem de um Código na acepção aludida. Com efeito, ambas as sociedades optam por descrever, no relatório sobre o governo da sociedade e nos respectivos *websites*, os valores, princípios e visão estratégica que prosseguem e pretendem integrar na cultura da empresa.» Assim, alerta o IPCG, «a ausência de um tal Código afecta, contudo, o carácter injuntivo destes valores e princípios, uma vez que aos mesmos não está imediatamente associada uma sanção disciplinar ou uma cominação (salvo previsão legal em sentido contrário) pelo seu eventual desrespeito.»

(⁹) Pese embora não localizarmos quer no CC quer no CP o conceito de fraude, em sentido amplo, explicitamente expresso. Por outro lado, frequentemente se apresentam previsões legais para actos desta natureza, tais como «fraude sexual», «fraude pela entrega ilícita de pessoa a Estado estrangeiro», «fraude contra outrem em colaboração em actividades com ligações com o estrangeiro», «fraude em eleição» e «fraude fiscal».

(¹⁰) Órgão homólogo da CTOC portuguesa, ressalvadas determinadas particularidades, em especial ao facto de o CFC abarcar nas suas competências actos que, em Portugal, são da competência exclusiva da OROC, designadamente o registo dos auditores externos (ROC).

(¹¹) Esta é uma das principais conclusões do estudo «Perfil de um Prevaricador – 2007», realizado pela KPMG durante o 1.º trimestre de 2007. Tal estudo examinou 360 casos reais, confiados ao departamento de *forensic services* da KPMG na Europa, no Médio Oriente e em África. As empresas seleccionadas para o estudo não foram escolhidas de forma casuística; «pelo contrário, este estudo é a primeira análise de investigações sobre casos de fraude reais, efectuadas recentemente.» Outra característica do estudo prende-se com o facto de incidir sobre os prevaricadores, facultando assim a obtenção deste perfil.

(¹²) *Partner* e responsável pelo departamento de *Forensic Services* da KPMG em Portugal.

(¹³) Em texto publicado no *The New York Times Magazine*, de 13/09/1970.