

Por Maria Maximina Borba Cartaxo (*)

Existem várias formas...

No entanto, eu vou abordar nesta oportunidade duas formas, que tem estado bem presentes no meu pensamento ultimamente.

A primeira é (pasmem) linguagem. Simples, e absolutamente detonadora.

Quem escreve as Políticas da sua companhia? Você Compliance Officer? Ou o Jurídico, depois o RH, depois Segurança da Informação... aí ainda passa pelo departamento de documentos institucionais? Que linguagem é usada? *Legalês* e tecnicismos?

Bingo!

Você vai detonar o seu programa de Compliance de início. Porque? Simplesmente, sua função (Compliance) já é vista como “burocrática”, e se você criar e implementar um monte de regras incompreensíveis à maioria (e inúteis para muitos), seu programa poderá se transformar num dos temíveis “Programas de Fachada” ou “de Papel”. Muito bonito, mas ineficiente e inaplicável, se não incompreensível para a maioria dos seus colaboradores.

Seu Código de Ética tem que ser objetivo, direto e efetivamente versar sobre a sua realidade. Uma política anticorrupção não pode cair na tentação de virar um *copy and paste* da Lei da Empresa Limpa (LEL) ou do FCPA (*Foreign Corrupt Practices Act*). Você tem a função de traduzir para o “não advogado” o que está ali, trazendo para sua realidade e realidade da empresa.

Chamar 300 pessoas para desfilar um rol infindável de legislações como a LEL, FCPA e a UKBA (*United Kingdom Bribery Act*); eu garanto que em 10 minutos 50% vão estar dormindo, e os outros 50% acordados vão estar desejando coisas não muito apropriadas para você.

Como fazer então?

Escreva você suas Políticas. Logicamente o Diretor Geral, ou seu VP ou o próprio Presidente tem que saber e tomar conhecimento do que vocês estarão fazendo, mas, se as Políticas forem técnicas demais, e revisadas por incontáveis pessoas, a grande chance é que ninguém irá entender o que é, e você vai se transformar na criatura mais chata e incompreendida da sua empresa.

Colegas, desculpem... Eu sou advogada, Tributarista por formação e depois entrei na área Corporativa. Mas, uma coisa que eu sempre preguei foi: precisamos ser mais concisos e evitar *legaleses* desnecessários. Compliance não é isso, tem que ser acessível, você tem que apresentar suas ideias de forma muito clara e acessível, até mesmo de uma forma “cativante”, pois lembre-se, você é o chato da companhia.

Na verdade, se você gosta de ser adorado pelas pessoas em geral, não escolha a profissão de Compliance. Você terá que ser duas vezes mais interessante para fazer amizades dentro da sua empresa, e isso será muito importante, porque precisará de muitos aliados nesta empreitada.

Desta primeira forma detonante, deriva a segunda: Treinamento.

Coloque um monte de slides com o conteúdo técnico acima já explicado, numa apresentação de power point; some a isso um treinamento marcado após o almoço, num auditório a meia luz (para apresentar o conteúdo no retroprojeto) e ... o resultado será quase 90% da sala dormindo depois de quinze minutos.

Treinamento é um assunto que me tira o sono... Você vai lidar com a rejeição, cinismo, falta de credibilidade no seu dia a dia. E aí, eu me pergunto: como atingir e cativar as pessoas? Não tem fórmula de bolo, nem mágica. Você terá que encontrar a sua forma. Treinamentos tem que ser compreensíveis, e objetivos; e principalmente focados em explicar o porque de cada mudança e processo; e porque a empresa ganhará muito com este processo. Você terá que se fazer entender, e que você é um aliado dos colaboradores, e não um “burocratizador”. E isso, não é fácil... É um trabalho diário, de passos pequenos, e que te demandará muita perseverança.

Você poderá optar por vários formatos, e terá de fazê-lo. Se você sempre apresentar o mesmo conteúdo, da mesma forma, irá estressar seu público. Tome cuidado com formatos pouco tradicionais, especialmente se seu programa é global. O que um país pode receber como criativo, uma outra cultura pode achar infantil. E aí está a dificuldade. Você terá que conhecer muito bem sua audiência para propor treinamentos eficientes, e que atingirão seu objetivo.

Quando se pensa num Programa Global com centenas ou milhares de colaboradores, você terá que pensar em formatos eletrônicos para dar publicidade às suas principais Políticas, mas, tenha em mente que, nada suplanta o “cara a cara”, e em algum momento, nas áreas de maior risco, você terá que realizar treinamentos focados nestas áreas, e presenciais.

Em resumo, para evitar que seu programa de Compliance não vá pelo ralo, e possa ser efetivo, e agregar valor a sua companhia, torne-o compreensível e acessível. Conheça suas áreas de risco, e saiba como levar aos seus colaboradores estes riscos e como evitá-los. Também, quais as consequências de uma possível violação. Explique o porquê de cada processo, e o que se pretende evitar. Explique, explique, e explique. Não tem outra forma.

No Brasil, o combate à corrupção ganhou força muito recentemente, e se pensarmos que o FCPA é uma norma de 1977, a nossa LEL é um recém-nascido. Portanto, o que estamos fazendo aqui ainda é novidade, e pouco compreendido.

E caso você tenha escolhido este caminho, aqui vai meu último conselho... Tenha paciência...

(*) **Maria Maximina Borba Cartaxo** é Consultora na área de Compliance, sendo certificada pela Society of Corporate Compliance and Ethics (SCCE) como Profissional de Compliance Internacional (CCEP-I). Anteriormente atuou como Compliance Officer e Advogada Corporativa em empresas multinacionais de grande porte. É especializada em Direito Tributário pelo IBET-USP, e estudou Propriedade Intelectual e Antitruste da Comunidade Europeia na Faculdade de Direito de Lisboa.

Fonte: [LEC](#), em 04.05.2016.