XXVIII ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI GOIÂNIA – GO

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

JERÔNIMO SIQUEIRA TYBUSCH

RILDO MOURAO FERREIRA

Copyright © 2019 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais
Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe
Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
Secretário Executivo - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - Unimar/Uninove – São Paulo

Representante Discente – FEPODI
Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro Prof. Dr.
Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo
Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)
Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

Secretarias:
Relações Institucionais
Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - IMED – Santa Catarina
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará
Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM– Distrito Federal
Relações Internacionais para o Continente Americano
Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goías
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão
Relações Internacionais para os demais Continentes
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo
Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

Eventos:
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch (UFSM – Rio Grande do Sul) Prof. Dr.
José Filomeno de Moraes Filho (Unifor – Ceará)
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta (Fumec – Minas Gerais)

Comunicação:
Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro (UNOESC – Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (UPF/Univali – Rio Grande do Sul Prof. Dr. Caio
Augusto Souza Lara (ESDHC – Minas Gerais

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

D597

Direito e sustentabilidade I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/ UFG / PPGDP

Coordenadores: Jerônimo Siqueira Tybusch

Rildo Mourao Ferreira – Florianópolis: CONPEDI, 2019.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-785-4
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Constitucionalismo Crítico, Políticas Públicas e Desenvolvimento Inclusivo

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. XXVIII Encontro Nacional do CONPEDI (28 : 2019 : Goiânia, Brasil).

CDU: 34



Conselho Nacional de Pesquisa
Univeridade Ferderal de Goiás e Programa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis

Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br



de Pós Graduação em Direito e Políticas Públicas
Goiânia - Goiás
https://www.ufg.br/

XXVIII ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI GOIÂNIA – GO

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

Apresentação

O Grupo de Trabalho '"Direito e Sustentabilidade I" já passou por várias edições no âmbito dos Congressos e Encontros do CONPEDI, consolidando-se como referência na área de Direitos Especiais, mais especificamente na conexão interdisciplinar entre Direito, Sustentabilidade, Ecologia Política e Geopolítica Ambiental. Nesta edição do XXVIII Encontro Nacional do CONPEDI - Goiânia/GO, contamos com a apresentação de vários artigos científicos que abordaram temáticas como Cidadania, Governança, Gestão de Riscos Ambientais, Consumo, Resíduos Sólidos, Desenvolvimento Sustentável, Educação Ambiental e Licenciamento ambiental. Desejamos uma agradável leitura dos textos, os quais demonstram ao leitor a integração e, ao mesmo tempo, o alcance multidimensional das temáticas, tão importantes para uma visão crítica e sistêmica na área do Direito.

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch (Universidade Federal de Santa Maria - UFSM)

Prof. Dr. Rildo Mourao Ferreira (Universidade de Rio Verde)

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals, conforme previsto no artigo 8.1 do edital do evento. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

EMPRESA, SUSTENTABILIDADE E ÉTICA EMPRESARIAL

COMPANY, SUSTAINABILITY AND ETHICS BUSINESS

Simone Aparecida Altruda Schroeder

Resumo

Este artigo se justifica ao analisar a empresa em sua formação originalmente constituída dentro de uma visão capitalista que vivemos e das mudanças sociais que enfrentamos na atualidade considerando o impacto da sustentabilidade e dos valores morais e éticos. O trabalho foi desenvolvido com enfoque na verdade, moral e ética e a relevância deste tema nos dias de hoje, Este trabalho também discorre sobre os entendimentos que nortearam grandes filósofos a se preocuparem com o comportamento ético e social. Finalizando com a correlação e a importância da ética na sobrevivência das empresas modernas.

Palavras-chave: Empresa, Sustentabilidade, Ética, , verdade, Moral

Abstract/Resumen/Résumé

This article is justified when is possible analyze the company since its formation originally within a capitalist overview that the society live and of the social changes considering the present time with the impact of the sustainability and the moral and ethical values. The development of work was a focus on truth, morality and ethics and the relevance of this theme in the nowadays. This works also discusses the understandings that guided great philosophers to worry about ethical and social behavior. The article is closed with the correlation and importance of ethics in the survival of modern companies.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Company, Sustainability, Ethics, Truth, Morality

I – INTRODUÇÃO

Abordamos neste artigo o conceito prático de empresa com uma visita aos seus primórdios até a forma que nos apresenta hoje.

O início do capitalismo as teorias aplicadas e as mudanças ocorridas não nos trouxeram a situação atual por acaso. Esta construção resultou de uma necessidade da própria sociedade.

Neste cenário abordamos com veemência o aspecto capitalista que nos trouxe a atualidade e a necessidade de repensarmos valores, condutas sociais e empresariais na sociedade.

O consumo exacerbado foi provocado e conduzido pelas empresas e pelos consumidores. A sociedade e a natureza clamam por mudanças e finalmente temos uma nova realidade se apresentando.

O questionamento aos valores presentes e a necessidade de traçarmos novos paradigmas para uma conduta mais ética na sociedade.

O comportamento das empresas e da sociedade se altera com os meios de comunicação trazendo um nível de consciência global. Os números não justificam mais as condutas abusivas e o consumidor mais exigente e atento também requer um comportamento ético!

A análise do conflito entre o capitalismo extremista e ao bem estar social, resultados a todo custo não são mais justificáveis na obtenção de lucros cada vez mais elevados. Os meios de comunicação evidenciam os problemas e a sociedade expurga a corrupção levando as empresas a repensarem seus códigos de condutas e normas internas sem aplicabilidade.

A abordagem de vários autores sobre os temas indicados nos levam a uma reflexão sobre como chegamos a situação atual e quais os novos rumos que as empresas, consumidores, investidores e a sociedade podem tomar no aspecto ético.

II – EMPRESA

A história já determina que o homem é um ser social que vive em grupo desde a sua existência na pré-história e nem sempre as necessidades e os interesses do indivíduo podem ser atendidas sem a cooperação de outras pessoas.

Platão, em sua obra "A República" já descreve que pelo fato dos indivíduos não conseguirem saciar todas as suas necessidades, não encontraram alternativa senão aproximarem-se com o interesse de trocar os excedentes, surgindo assim a vida em sociedade.

Assim, TOMAZETTE afirma que a palavra comércio vem do latim "*commutatio mercium"*, o que significa troca de mercadorias, contudo, a evolução foi dando espaço para outra forma de produção e consumo que não unicamente para sua subsistência, dando espaço para venda, surgindo mais propriamente o comércio mais próximo ao que conhecemos nos dias atuais.

O comércio é bem definido por ROCCO, Alfredo em sua obra "Princípios do Direito Comercial":

> "O comércio é aquele ramo de produção econômica que faz aumentar o valor dos produtos pela interposição entre produtos e consumidores, a fim de facilitar a troca das mercadorias". (ROCCO, 1931, p.25).

Devemos observar uma questão relevante, onde o Direito do Comercio não se confunde com o conceito de comércio propriamente, pois, o Direito comercial é muito mais amplo, abordando inclusive as atividades que não vislumbram a obtenção de lucro.

A partir de então surge novas práticas de atividades mercantis e comerciais podemos depreender da obra de REQUIÃO quando ao citar Vivante explica a transição do sistema subjetivo para o objetivismo aduzido pela Teoria dos Atos de Comércio;

> "... passou-se do sistema subjetivo ao objetivo, valendo-se da ficção segundo a qual deve reputar-se comerciante qualquer pessoa que atue em juízo por motivo comercial. Essa ficção favoreceu a extensão do direito especial dos comerciantes a todos os atos do comércio, fosse quem fosse seu autor, do mesmo modo que hoje a ficção atribui, por ordem do legislador, o caráter de ato de comércio àquele que verdadeiramente não o tem, serve para estender os benefícios da lei mercantil aos institutos que não pertencem ao comércio". (REQUIÃO, 1998, p. 12).

Assim como o Código Napoleônico de 1807, agindo de acordo com a Teoria dos Atos de Comércio estaria a serviço da Revolução Francesa, com suas ideias de igualdade em confronto com a teoria subjetiva que restringia o privilégio do Direito Comercial aos inscritos nas corporações.

No Brasil adotamos o Código Comercial em 1850 considerando tais premissas, contudo, a Teoria dos Atos do Comércio perdeu seu prestígio diante da ausência de parâmetros para estipulação das atividades econômicas, bem como, pela falta de importantes atividades no rol dos atos comerciais, assim, acabou sendo substituída pelo sistema italiano da Teoria da Empresa.

Assim, observamos essa mudança onde havia a chamada "teoria dos atos de comércio" para a "Teoria da Empresa" adotada no Código Civil de 2002, neste atual dispositivo, passamos a utilizar a organização dos fatores de produção (capital, trabalho, insumos e tecnologia) para o exercício da atividade econômica com a finalidade de produção ou circulação de bens ou serviços definindo assim a identificação do empresário.

Os artigos 966 ao 1.195 do Segundo Livro do Código Civil Brasileiro de 2002, encontram-se tais disposições relativas aos empresários, as sociedades, ao estabelecimento empresarial e institutos complementares.

Na teoria da empresa a discussão sobre a natureza da atividade está na forma, ou melhor, na existência ou não de estrutura empresarial, em que o empresário exerce a atividade econômica. Assim, nesta visão mais moderna chamada de Direito Empresarial, retomamos a aplicação e o caráter subjetivo, focando na forma do exercício do profissional empresário, voltada para a produção e circulação de bens e serviços.

Deste cenário, temos no âmbito jurídico, correntes diversas para dispor sobre o que é empresa, uma vez que o legislador não positivou tal conceituação, entretanto, no meio empresarial é indiscutível que a empresa trata-se de uma pessoa jurídica exercida pelo empresário de forma profissional que atua em determinada atividade com a intenção primordial de obter lucro.

A finalidade da atividade econômica coincide com a sociedade capitalista em que vivemos e ao longo dos anos proliferamos seu crescimento desenfreado, com práticas cada vez mais impactantes em busca de lucros. Os empresários considerados bem sucedidos, até então, são

assim reconhecidos por obterem cada vez mais lucros, CEO´s de grandes empresas são bem remunerados por fazerem as empresas atingirem lucros aos seus acionistas, algumas vezes, diante de práticas não questionadas.

Este é o cenário capitalista em que vivemos, afinal, as empresas somente se arriscam nos mercados, assim como os investidores somente arriscam seu dinheiro, sob a expectativa de obterem lucro.

Em conflito ao entendimento de Paula A. Forgioni, em sua obra A Evolução do Direito Comercial Brasileiro onde cita:

> "O fim da empresa é construir riqueza para a comunidade, oferecer trabalho, melhorar a técnica, favorecer o progresso cientifico – e não simplesmente buscar lucros para distribuição aos sócios. Nesse prisma, os pequenos acionistas são inimigos da empresa, pois, movidos pelo egoísmo, sacrificam o interesse geral em prol de seu exclusivo benefício." (FORGIONI, 2009, p.76)

Mas a realidade capitalista impõe o lucro, obras como de Jim Collins em seu livro "Empresas feitas para Vencer", de grande circulação no meio empresarial, propõe verdadeiros desafios que devem ser cumpridos a fim de que a visibilidade, a realidade e os números da empresa mudem rumo ao crescimento constante.

Michael E. Porter, autor de leitura obrigatória à todos grandes CEO´s, além de ter o mérito de ser um expoente para administradores e economistas, salienta que a competição faz parte do ser humano e é algo natural da sociedade. Um investidor sempre vai analisar qual empresa oferece maior retorno para arriscar seu dinheiro, isso por si só já é uma competição. Em um de seus livros "Estratégia Competitiva", dispõe:

> "... as empresas são dependentes entre si, visto que se uma efetua um movimento, a outra também vai agir. Sendo assim, o mercado ganha com a competição."(PORTER, 2004, p.24)

Assim, com o objetivo de obter o crescimento constante as empresas acabam por estimular uma competitividade cada vez mais acirrada.

Porter ainda prega as virtudes dos ambientes competitivos nacionais para forjar empresas capazes de enfrentar, com sucesso, mercados globais. Se o mercado competitivo é desejável do ponto de vista da sociedade, não resta à empresa senão aceitar as regras do jogo e procurar

atuar da maneira mais hábil possível. Neste momento que refletimos, o quanto para os consumidores e para a sociedade foi conivente essa construção, ao adquirir o produto ao menor preço possível, sem considerar no momento da compra, a prática em que isso foi obtido.

Paula Forgioni se refere em sua mesma obra:

> "Ainda na visão dos críticos, a utilidade social da empresa reside na sua economicidade, e não na prestação de serviços públicos. A sujeição da sociedade à Administração Publica ou ao Judiciário viabilizaria o controle público da gestão privada, em movimento de socialização da empresa, que deveria ser repelido por poder leva-la à destruição."(FORGIONI, 2009, p. 124)

Dentro desta visão crítica que o capitalismo vem se sustentando, assim, as décadas de 80 e 90 cultuaram o consumo de forma exacerbada e o crescimento dos lucros a qualquer custo foi bem aceito pelo mercado e pela sociedade durante anos, sem um maior questionamento da massa de consumo sobre as questões sociais e ambientais. Ambientes de trabalho altamente competitivos viram modelo de sucesso e de profissionais, a sociedade adoece como um todo, em seu comportamento e exaurindo seus recursos.

Só resta para as empresas e empresários atuarem de acordo com a forma demandada pela sociedade, contudo, as mudanças sinalizam um caminho diferente na atualidade, uma parcela da sociedade já tem se preocupado e se manifestado de forma contrária a estas posições, entretanto, outra parte ainda reluta e muitas vezes finge ignorar as praticas comerciais inadequadas priorizando os preços mais baixos. De qualquer forma, podemos projetar no futuro uma mudança, com a expectativa de conscientização geral dos métodos necessários para se obter tais resultados e assim o preço mais baixo talvez não valha a pena para a sociedade como um todo.

Com esta conscientização e a repulsa efetiva a produtos e serviços com tais práticas de forma substancial, a partir de então poderemos ter uma mudança real de comportamento e ações empresariais.

III – SUSTENTABILIDADE SOB A ÓTICA EMPRESARIAL

Nas últimas décadas trouxemos então a Sustentabilidade para o foco das discussões. Minorias que previram o caos do consumo finalmente foram ouvidas e ganham seu devido espaço, além

de seu merecimento, também porque a sociedade finalmente sofre os impactos das gerações passadas.

O grande desafio de entender que há diversas possibilidades de obtenção de resultados respeitando o limite da natureza ganha espaço.

A sociedade começa, ainda que de forma prematura em sua maioria, a repensar seu consumo dando espaço para uma vida de maior equilíbrio, o consumismo passa a ser visto com um olhar de repreensão e não mais como desejo.

Assim, finalmente a reflexão de J. Pronk faz sentido:

> "... proporcionar a todos do Terceiro Mundo o mesmo padrão de vida material que o da rica minoria a que pertencemos, deve-se extrair uma quantidade dez vezes maior que a atual de combustível fóssil e ampliar a extração de riquezas minerais em cerca de dentas vezes. Isso é impossível o único caminho é retroceder." (Pronk, 1992, p.729).

Na obra de Ignacy Sachs "Estratégias de Transição para o Século XXI", propõe uma reorganização sobre a definição de sustentabilidade:

> "As soluções radicais devem se reportar as raízes do problema e não a seus sintomas. Quanto mais corajosos forem os passos dados no futuro próximo, menor será o intervalo de tempo a nos separar de um estado estável, no Norte, e de um desenvolvimento socioeconômico ambientalmente viável, no Sul e no Leste." (Sachs, 1993, p. 24)

Em citação na mesma obra Costanza propõe a seguinte definição de sustentabilidade ecológica:

> "Sustentabilidade é um relacionamento entre sistemas econômicos dinâmicos e sistema s ecológicos maiores e também dinâmicos, embora de mudança mais lenta, em que: a) a vida humana pode continuar indefinidamente; b) os indivíduos podem prosperar; c) as culturas humanas podem desenvolver-se; d) os resultados das atividades humanas obedecem a limites para não destruir a diversidade, a complexidade e a função do sistema ecológico de apoio a vida." (Costanza, 1991, p.85)

Assim, o equilíbrio entre a necessária sustentabilidade permeia os objetivos atuais das empresas em obterem seus lucros e repensam criativamente nas formas de manterem os números requisitados pelos investidores diante de novos desafios.

Devemos lembrar que se trata de uma nova premissa que deve ser aprendida pelas empresas, investidores e toda sociedade, assim, o tempo necessário para este aprendizado nos leva a

vários questionamentos, será que o indivíduo esta disposto e conseguirá perpetuar um comportamento de consumo sustentável em sua vida cotidiana em prol do bem maior? Ou mesmo se o investidor, em todos os níveis, esta disposto a ganhar menos considerando as práticas em que tais lucros são obtidos? Quanto tempo nossa sociedade levará para compreender e incorporar esses aprendizados?

Sandel, filósofo da atualidade e professor do curso Justice, na Universidade de Harvard, em sua obra "O que o dinheiro não compra: os limites morais do mercado" afirma:

> "... a ganância não foi a única culpada pela crise, mas também o papel ectópico atualmente desempenhado pelo mercado. Em vez de manter-se adstrito às esferas da transação de bens materiais, o mercado governa crescentemente a vida como um todo. Nesse modelo, as principais consequências nocivas dizem respeito à desigualdade e corrupção no seio da sociedade. No caso da primeira, quanto mais forte for o poder do capital, mais importante será sua falta; em outras palavras, as pessoas pobres terão uma vida mais difícil.
>
> (...)
>
> O dinheiro concede todos os direitos possíveis para os seus detentores, reservando para os desvalidos apenas os deveres.
>
> (...)
>
> Além dos danos que causa a bens específicos o comercialismo corrói a experiência da vida em comunidade. Quanto maior o número de coisas que o dinheiro compra, menor o número de oportunidades que as pessoas de diferentes extratos sociais encontram para obterem os seus direitos enquanto cidadãos."(SANDEL, 2012, p. 107)

Com relação à corrupção, ele aponta que as práticas desenvolvidas por algumas organizações comprometem o conceito de cidadania, colocando à venda coisas que não deveriam pela perspectiva moral. Levando-nos a questionar se o malfeitor desta situação é a empresa e o sistema em efetuar esta venda ou da sociedade em efetuar a sua compra?

De acordo com citado autor, de maneira sutil e sem que as pessoas percebessem, a sociedade atual deixou de ter uma economia de mercado para ser uma sociedade de mercado.

Então a análise sobre a sustentabilidade infere não somente na sociedade e nas empresas que precisam repensar seu consumo e objetivo, mas também em seus valores.

Podemos notar que vivemos uma era totalmente nova, um momento de grande e profunda mudança, que supera as questões necessárias de sobrevivência da humanidade no tocante a

sustentabilidade, requerem uma profunda mudança para a subsistência intelectual e moral da sociedade.

A sustentabilidade passa a ser abordada de outra forma, no livro “Corporação 2020-como transformar as empresas para o mundo do amanhã”, de Pavan Sukhdev, já faz dois alertas, onde é necessária transformações importantes nesta década e que não existem soluções elegantes, o choque e mudança do que esta posto é necessário, com a transparência atual nos meio de comunicação, as empresas são obrigadas a tomarem decisões baseadas em valores ao invés de lucro e curto prazo.

O impacto de parâmetros sobre sustentabilidade ocorre rapidamente, inicialmente tínhamos o paradigma que uma empresa sustentável era aquela que estivesse economicamente saudável, com um bom patrimônio, lucro crescente e incluir um viés social, entretanto, em uma visão mais atual onde John Elkington cunhou o tripé da sustentabilidade empresarial (com a interligação dos aspectos econômicos, ambientais e sociais) em sua famosa obra “Canibais com garfo e faca”, titulo inspirado em uma "boutade" do poeta polonês Stanislaw Lec: "Seria progresso se um canibal utilizasse um garfo?". O livro repete em quase todos os capítulos o que já aparece bem estampado no segundo parágrafo do primeiro capítulo:

> "Cada vez mais, estamos pensando em termos de 'três pilares', com enfoque na prosperidade econômica, na qualidade ambiental e no elemento ao qual as empresas tendem a fazer vistas grossas, a justiça social" ((ELKINGTON, 2001, p. 33).

Longe de ser a solução de todos os problemas, mas trata-se uma constatação real de grandes grupos econômicos sobre necessárias mudanças conceituais.

Com alteração do cenário social e nos veículos de comunicação, urge necessária uma maior agilidade em tais alterações de mercado. As empresas tentam se adequar em meio uma crise geral de valores, conceitos éticos e sustentáveis, mas a velocidade das mudanças precisa ser mais rápida para que além de impedir mais danos, ainda possamos reverter àqueles ocorridos em anos e gerações de displicência.

IV – ÉTICA

Diante da globalização e da velocidade de informações, muitas empresas alteraram seus códigos de conduta e passaram a incluir valores socioambientais. Incutir estes valores dentro

de suas praticas em todos os níveis leva muito mais tempo e demonstra ser um processo bem mais complexo.

Muito se tem falado sobre a ética nas empresas, treinamentos e manuais tentam ajustar nas pessoas um padrão que, talvez não reflita nem ao mesmo o que este cidadão acredita ou pensa.

O questionamento a valores presentes e a necessidade de traçarmos novos paradigmas para uma conduta mais ética na sociedade nos leva a discutir o comportamento ético em todas as relações sociais.

Passamos então a refletir sobre o comportamento ético nas relações sociais, observamos então que desde as pequenas negociações do dia-a-dia, elas se pautam em uma relação que muitas vezes não se valem somente da matéria em discussão, mas também da percepção das partes sobre o comportamento ético e justo da outra parte.

Assim, a ética se orienta de um comportamento baseado aos valores mais profundos, aprendidos pelo ser humano ao longo de sua existência, somado ainda a sua história de vida pessoal e valores aprendidos em seu grupo social. Na obra Da ética geral a empresa, do respeitado autor Newton de Lucca, já dispõe sobre a parte filosófica sobre o tema:

> "(...) a parte da filosofia responsável pela investigação dos princípios que motivam, disciplinam ou orientam o comportamento humano, refletindo especialmente a respeito das normas, valores, prescrições e exortações presentes em qualquer realidade social." (DE LUCCA, 2009, p.60)

Como muito bem disposto pelo autor, podemos entender que a complexidade do comportamento ético é tão extensa, que para uma mudança social há necessário comprometimento de vários setores da sociedade além do Estado, este caminho que pode nos levar a uma mudança efetiva de expurgo a comportamentos degradantes e uma melhora efetiva da sociedade.

Kant acreditava que, em qualquer decisão, o homem deveria observar se sua ação pode ser universalizada, ou seja, aplicável a todos sem que ninguém seja prejudicado por ela. Se não puder ser universalizada, não se trata de uma ação moralmente correta.

> “Um homem de valor não deve calcular suas chances de vida ou de morte, mas ao agir deve considerar unicamente se o que fez é justo ou não, e se sua conduta é a de um homem de coragem ou de um covarde" (Sócrates)

Na obra de Ética a Nicômaco de Aristóteles a importância do hábito para a caracterização da virtude moral é primordial, pois é por meio dos bons hábitos e da experiência que o homem adquire as virtudes morais. Adquirido o hábito das virtudes, esta se torna uma disposição, ou seja, um estado de espirito, uma moral tendente ao agir de modo adequado, no momento certo, e na medida certa em todas as circunstancias que a vida nos impõe cotidianamente, levando a um comportamento ético.

Já na filosofia para Friedrich Nietzsche, com a frase “Não há fatos eternos, como não há verdades absolutas”, dentre outras, ele contesta o quanto o homem tentar justificar todos seus atos através da razão, como se ela fosse a fonte da verdade. Para este filósofo a verdade não existe, é uma enganação que tomamos como valor de verdade e serve para manter nossos corpos adestrados, já que ela é aquilo que trava nossas ações, que pontua nossos julgamentos e que define o que vale a pena ser levado à sério.

Outro ícone da filosofia, Michel Foucault, em uma das obras mais fascinantes A Coragem da Verdade (Le Courage de La Verité), nesta obra a verdade é inserida no âmbito da ética, no terreno da vontade e da ação: a verdade é algo que deve determinar nosso comportamento! Isso estabelece nosso ethos, definindo nossa prática, e não há sabedoria possível sem que tenha a verdade como norte. Todavia, nada disso é fácil, pois o serviço da verdade é perigoso, perseguir a verdade e ousar expressá-la aos outros.

Sócrates trouxe uma percepção onde os valores são o conjunto de virtudes onde os bons hábitos são virtudes e maus hábitos são vícios. Resta-nos saber o quanto estes hábitos podem ser absorvidos e implantados nas empresas capitalistas, ou quanto isso pode ser conflitante a obtenção do lucro. Afinal, são estes hábitos trazem os necessários valores para mudança do que está em pratica.

Fabio Comparato em sua obra “Ética: Direito, moral e religião no mundo moderno” dispõem sobre o comportamento ético na história e em seu último capitulo sobre a ética no período da modernidade:

> "...representa um esforço de construção das bases teóricas e institucionais de instauração de uma nova ética para a humanidade,

> agora que ela se transforma em sujeito unitário da História".(COMPARATO, 2006, p.514)

Assim é formada a ética, com a verdade, os valores e a moral com seu conjunto de prescrições que orientam as pessoas e a sociedade dentro de seus valores. A ética torna-se muito mais profunda, pois, não basta seguir normas, leis e código de condutas, esta precisa de uma base muito maior de valores baseados na verdade para fazer o que é certo. A sociedade ainda passa por um novo processo de aprendizado onde a preocupação na aquisição de um produto ou serviço, leva em conta o perfil ético do CEO´s nas empresas, pois, os impactos sofridos pela empresa perduram muito mais que no próprio dirigente.

Compreendemos então que a Ética não é inata, ela precisa ser aprendida pelo indivíduo e também dentro das empresas, na própria conduta da empresa, assim, não basta falar sobre condutas éticas e morais, mas dar o exemplo sobre tais condutas. Encontramos então o conflito entre a ética e a obtenção de lucro a qualquer custo!

Assim, as empresas passam a adotar mais um requisito dentro de suas corporações, o habito da conduta das empresas que pode torna-la ética e não somente atos isolados ou programas específicos. Como bem disposto por John Elkington, é elementar que todos os aspectos sejam reconhecidos.

Há então um redirecionamento das empresas, onde a ética atinge até a definição de missão de uma empresa, passando a incluir o tripé de John Elkington: A missão de uma empresa pode ser definida como a razão pela qual ela existe, o motivo pelo qual ela foi concebida e projetada, geralmente, a missão de uma organização é definida por seus fundadores que, ao criar o negócio, estabelecem os objetivos sociais, humanos e financeiros da empresa.

Um novo perfil de CEO´s torna-se necessário, não mais aquele que somente compreende números, mas também aquele que compreende a ética, quando se orienta por princípios e convicções. A consequência dos atos dos dirigentes em consonância com a ética apregoada nas empresas passa a ser mais presente do que nunca. Todavia, devemos lembrar que a empresa é composta por pessoas, indivíduo que também se vale de sua própria ética e de valores aprendidos em sua vida social, pois, enquanto a moral se baseia em valores aprendidos, a ética se baseia na essência do ser humano, dando sentido a cada ação.

Segundo a filósofa Marilena Chauí no livro Convite a filosofia:

> "Toda cultura e toda sociedade institui uma moral, isto é, valores concernentes ao bem e ao mal, ao permitido e ao proibido, e à conduta correta, válidos para todos os seus membros."(CHAUÍ, 2005, p. 310)

A ética se faz essencial para a interação no meio social comum, e assim também se faz primordial na regulação das relações profissionais e empresariais, numa contextualização que deixa de ser empírica, filosoficamente como tratava Aristóteles, e passa a ser mais descritiva na conduta ética inclusive regida por códigos normativos. A aplicação da ética é sumariamente importante para a efetividade profissional e organizacional, refletindo a cultura e valores de uma sociedade sobre seus valores morais, valorizando a crença no que se afirma responsável socialmente.

Assim, entendemos que valores, moral e verdade são bases da ética, o que é validado pela sociedade, grupo que o indivíduo faz parte, ou simplesmente:

> "Em outras palavras, ética e moral referem-se ao conjunto de costumes tradicionais de uma sociedade e que, como tais, são considerados valores e obrigações para a conduta de seus membros." (CHAUÍ, 2005, p.437)

Consideramos que a sociedade atual enfrenta grandes desafios até mesmo sobre a compreensão da ética no mundo globalizado e moderno e que as empresas devem seguir os rumos ditados pelos seus consumidores e investidores. Os "cases" sobre ética e falta de ética são amplamente divulgados na mídia e redes sociais, que discutem constantemente estes temas e acabam por afetar a decisão do consumidor, dos investidores e da sociedade. A ética na era moderna para as empresas pode ser um pesadelo ou um aliado, dependendo da velocidade em que se absorvem estes ensinamentos e seus duros impactos.

Longe de pensarmos que esta tarefa é simples diante de tantos desafios sociais, econômicos, políticos e financeiros que a sociedade enfrenta atualmente, mas as mudanças vão ocorrendo no tempo de seu aprendizado.

Fato é que a realidade se impõe com a necessidade de reavaliarmos as condutas e comportamentos, diante de uma comunicação rápida, o aprendizado rápido também se torna virtuoso e valioso no meio empresarial com atitudes inovadores que se tornam diferenciais diante da sociedade.

> "Ética é o que você faz quando está todo mundo olhando.
>
> O que você faz quando não tem ninguém por perto se chama caráter."
> Oscar Wilde (1854-1900)

V – CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perante a abordagem do tema uma questão foi presente a todo tempo “o indivíduo”, o homem que vive em sociedade deste de o inicio dos tempos, aquele ser sociável que busca viver com seu semelhante esta presente em todas as fases e todos os sistemas.

Os atos das empresas são impulsionados pelo ser humano sem a qual a mesma não teria qualquer atividade, sua existência deve-se ao ser humano, como empresário, dirigente, trabalhador e consumidor.

A sociedade capitalista em que vivemos é oriunda de um consumo exagerado com uma visão ambiciosa e individualista das pessoas, onde na atualidade, nada a satisfaz por completo.

Zygmunt Bauman em sua obra Modernidade Líquida traz o diagnostico de constante mutabilidade, resultando em uma parcela da sociedade que busca se completar em produtos, serviços e em uma competição desenfreada.

A competitividade inata do ser humano vem sendo estimulada em demasia, dentro das empresas e no ambiente social desde a infância, ocasionando adultos frustrados visando atingir uma meta muitas vezes inatingível de prosperidade e perfeição.

O crescimento populacional acelerado nas ultimas décadas, com indivíduos sedentos por consumo nos transformaram em uma sociedade de consumo desenfreado que trouxe consequências desastrosas ao meio ambiente.

Mesmo com o alerta sobre este tema sendo manifestada por alguns grupos, somente nos últimos anos que mudanças efetivas nas normas colocaram a sustentabilidade em foco buscando conscientizar a população sobre esta necessidade.

Hoje várias normas tentam adequar a demanda em prol da sustentabilidade e reeducar a sociedade em um consumo mais consciente, em total conflito com os investidores gananciosos por lucros cada vez mais agressivos.

Assim, para que as normas de compliance, sustentabilidade e proteção ao meio ambiente resultem em uma mudança realista, a sociedade como um todo, incluindo empresas, consumidores e investidores precisam rever seus valores e interesse ao bem maior em comprometimento com a ética global.

O tema sobre comportamento ético retoma seu auge quando se torna necessário regular atos que notadamente não fazem parte de uma conduta socialmente adequada. Aí podemos observar que a base ética de cada um pode ser alterada com base na justificativa prévia de impunidade ou injustiça sofrida, assim, o certo e errado nunca foi tão relativo como na atualidade, neste cenário a busca da felicidade e realização individual em detrimento ao social atinge seu ápice diante do conflito na obtenção de seu interesse individual.

O conflito entre o próprio interesse em relação ao global fica mais evidente, afinal, todos querem consumir os "produtos da moda", mas também querem postar em suas redes sociais sua solidariedade a causa global.

Assistimos o ciclo vicioso: a mídia e as redes sociais associarem o sucesso do indivíduo ao exibicionismo e ao alto consumo, ao mesmo tempo que o discurso vazio destas pessoas tentam divulga-la com um consumo consciente, entretanto, todo este cenário é composto pela sociedade que alimenta e se rende ao consumo desta mídia, que por sua vez é mantida pelas empresas que conduzem ao consumo crescente para gerar números que alimentam o apetite voraz de investidores sedentos por lucros cada vez maiores. Estes investidores grandes e pequenos que muitas vezes se tornam vítimas deste mesmo sistema de consumo dito inicialmente.

O lucro e o consumo, são almejados pelo ser humano, assim, podemos adotar teorias e positiva-las em normas diversas, mas somente quando as condutas humanas forem tratadas e alteradas é que haverá uma mudança efetiva.

A sociedade esta presa a um ciclo vicioso de consumo e ética deturpada a conveniência individual, e somente poderá se libertar deste condão identificando e tratando esta doença adequadamente, como um vício propriamente. O diagnostico do consumo exacerbado já foi feito, mas a sociedade ainda não conseguiu identificar a origem do problema para trata-la, as condutas paulatinas somente procrastinam o devido tratamento sobre o cerne da questão.

Não há aqui a presunção de sugerir a resolução de todos os problemas, mas somente instigar a reflexão sobre uma necessária e eminente mudança comportamental e ética no ambiente social, pautada em valores de convívio em respeito à natureza e a sociedade, não obstante a realidade do capitalismo, os limites precisam ser definidos de forma moral dentro da própria sociedade sincera e profundamente, assim a ética poderá ser melhor abordada e a finalmente termos uma mudança política, governamental e empresarial mais eficaz.

VI - BIBLIOGRAFIA:

Brasil, **Código Comercial**, Lei 556 de 25 de junho de 1850.

Brasil, **Código Civil**, Lei 10.406 de 10 de janeito de 2002.

Chauí, Marilena, **Convite a Filosofia**, Ática, 2005.

Collins, Jim, Empresas feitas para Vencer, HSM Edit. 2013.

Comparato, Fabio Konder, **Ética: Direito, moral e religião no mundo moderno**, Cia. Das Letras, São Paulo, 2006.

De Lucca, Newton, **Da Ética Geral À Ética Empresarial**, Quartier Latin, são Paulo 2009.

Elkington, John, **Canibais com garfo e faca**, M.Books, 2001.

Forgioni, Paula A., **A Evolução do Direito Comercial Brasileiro**, Revista dos Tribunais, 2009.

Porter, Michael, **Estratégia Competitiva**, Campus, 2004.

PRONK, J., HAQUE, M. **Sustainable Development: From Concept to Action.** The Hague Report. New York: United Nations Development Program,1992.

Rocco, Alfredo, **Princípios do Direito Comercial**, São Paulo: Saraiva, 1931.

Requião, Rubens, **Curso de Direito Comercial**, 1º volume. 31ed., São Paulo, Saraiva, 2012.

Sachs, Ignacy, **Estratégias de transição para o século XXI**, São Paulo, Studio Nobel, 1993.

Sandel, Michael, **O que o dinheiro não compra: os limites morais do mercado**, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2012.

Sukhdev, Pavan, **Corporação 2020 – Como transformar as empresas para o mundo de amanhã**, Planeta Sustentável, 2013.

Sócrates, coleção **Os Pensadores**, Ed. Nova Cultural, (edição esgotada).

Tomazette, Marlon, **Curso de Direito Empresarial: teoria geral e direito societário**, 2ed. São Paulo, Atlas, 2009.

Ferreira, Adriano Rodrigues**. Reflexões da Ética Aristotélica para a Ética na Sociedade Brasileira Atual**. (S.I.): Disponível em Webartigos.com/reflexoes-da-etica-aristotelica-para-a-etica-na-sociedade-brasileira-atual: Acesso em 05/03/2019, 23:30