

INTRODUÇÃO

Desde a antiguidade a moral tem sido objeto de estudo, pois, constitui um importante instrumento que atua como um meio de determinar os comportamentos individuais perante o grupo social no qual os indivíduos se encontram inseridos.

Partindo de tal pressuposto, o presente artigo busca identificar na evolução da concepção de moral, os elementos que a compõe e os meios de efetivação de comportamento morais, para o fim de determinar se é possível sua aplicação na atividade empresarial.

O conceito de moral evoluiu de acordo com a sociedade, sendo que, inicialmente, era concebida pelos filósofos gregos como uma faculdade que proporciona auxílio ao indivíduo na busca dos meios mais adequados para alcançar a vida plena e satisfatória.

No entanto, com o passar do tempo, a moral adotou um caráter de dever – vinculada a uma lei natural.

Na idade média, em decorrência da forte influência teocêntrica, a moral passou a ser vinculada com a religião. Assim, o homem moral era aquele que seguia os preceitos divinos da lei emanada de Deus.

Com o advento do iluminismo e da retomada ao antropocentrismo, o conceito de moral é fundamentado na lei natural (jusnaturalismo), no interesse social (empirismo) e na própria razão. Neste contexto, o conceito de moralidade era obtido através de concepções individuais que irão analisar, no processo de busca pela felicidade, ações que levam em consideração os demais indivíduos integrantes da sociedade.

Contudo, com a revolução industrial e a necessidade de superar concepções eminentemente individuais, o conceito de moral transcendeu ao sujeito, passando a ser não mais uma criação e imposição de limites individuais, mas sim, uma virtude solidária, concebida com base em valores sociais que regerão a vida do indivíduo enquanto integrante de uma estrutura social, interferindo nos seus juízos e valores, os pautando aos interesses coletivos compartilhados.

Não obstante a construção do conceito de moral durante o curso da história se pautar na relação indivíduo e sociedade, a dúvida que emerge é no sentido de verificar se a moral também pode ser concebida em relação a outros entes que compõe a atividade social, como é o caso das empresas, que, por mais que não sejam dotadas de faculdades racionais ou vontade, desempenham relevante função social.

Assim, o presente trabalho busca analisar como se deu o desenvolvimento do conceito de moral, para ao final concluir se a moral também pode ser aplicada a empresa e efetivada através da adoção de um programa de compliance.

Para realização do presente artigo, tomaremos como base os estudos realizados por doutrinadores acerca da evolução do conceito de moral, bem como, da responsabilidade da empresa e do compliance.

1. A EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE MORAL

O termo moral é frequentemente utilizado em nosso cotidiano, no entanto, poucos se preocupam com o seu real significado, muitas vezes o concebendo como um sinônimo de ética ou ainda, um adjetivo referente aquele sujeito que está com a estima elevada.

Assim, por conta de sua ampla utilização, a palavra moral acaba por aglutinar diversas significações, que de acordo com Adela Cortina e Emília Martinez, podem ser: a) um modelo de conduta socialmente estabelecido em uma sociedade vigente; b) um conjunto de convicções morais e pessoais; c) tratados sistemáticos sobre as questões morais (doutrinas morais concretas ou teorias éticas); disposição de espírito produzida pelo caráter e por atitudes adquiridos por uma pessoa ou grupo (“estar com moral alto” ou; d) dimensão da vida humana pela qual nos vemos obrigados a tomar uma decisão e a explica-las (“a moral”). (CORTINA, MARTINEZ, 2001, p.13-16)

Oriundo do latim “*mos*” ou “*moris*”, a palavra moral significa costumes, ou seja, algo que não é intrínseco a uma construção individual, mas, adquirido por um hábito, uma construção advinda das práticas sociais.

Prova disso é que o fato que desde a filosofia clássica de Aristóteles, até o contratualismo de Hobbes e Rousseau, o indivíduo é concebido como um ser social.

De acordo com Aristóteles, a associação entre indivíduos é algo intrínseco à natureza humana, decorrente do fato de que o homem é naturalmente um animal político. Para o filósofo, o fato de o homem ser o único animal dotado de racionalidade e sentimentos, faz com que a associação entre indivíduos seja algo instintivo, de modo que, apenas um indivíduo de natureza vil ou alguém superior ao homem, optaria por viver isoladamente. (ARISTÓTELES, Política, I, 1252a e 1252b, 13-4).

Opondo-se a tal ideia, o filósofo contratualista Thomas Hobbes afirma que o homem instintivamente está fadado a uma vida solitária. Isto porque, o ser humano possui um poder de violência ilimitado que o torna ontologicamente mal. Assim, em um estado primitivo, os indivíduos dotados de uma igualdade natural, são capazes de todas as coisas para alcançar seus objetivos, travando uma verdadeira guerra de indivíduos contra indivíduos. Para o autor, a consciência do estado de natureza e dos princípios que deve seguir para superá-lo, faz com que os indivíduos busquem estabelecer o “estado social”. (HOBBS, *Leviatã*, Parte I, Cap. XVIII)

No mesmo sentido, o filósofo Rousseau afirma que o homem selvagem é um ser solitário. No entanto, diverge de Hobbes ao afirmar que o homem em estado natural não conhece a maldade, uma vez que está entregue unicamente aos seus instintos, utilizando a violência apenas na disputa por alimento (ROSSEAU, 1987, p. 170-175).

Partindo de tal concepção de homem, Rousseau sustenta que uma série de eventos naturais acarretou a aproximação entre indivíduos. Quer dizer, provavelmente o homem, com intuito de sobreviver a adversidades, renunciou a seus instintos primitivos e começou a se associar em bandos. Como fruto de sua faculdade de aperfeiçoar-se, o homem, agora em bando, começou a desenvolver técnicas de sobrevivência, que ensejou no surgimento de armas e das primeiras noções de propriedade e de sociedade civil. (ROSSEAU, 1987, p. 242-244)

Portanto, instintivo ou fruto da razão humana, um fato é certo, o comportamento do indivíduo o leva a viver em sociedade.

Neste contexto, a moral revela-se com um importante instrumento social, pois, atua como um meio de determinar o comportamento dos indivíduos perante o grupo social no qual estão inseridos.

Consequentemente, como fruto de criação social, é fácil concluir que o conceito de moral evoluiu junto com a sociedade.

Na Grécia, a filosofia antiga concebia moral como uma busca da felicidade, portanto, ser moral era sinônimo de utilizar a razão moral como uma faculdade que auxilia na busca dos meios mais adequados para alcançar a vida plena e satisfatória.

Normalmente essa felicidade estava vinculada a um bem-estar individual de fazer aquilo que lhe trazia prazer, dentro das práticas sociais aceitáveis.

Não obstante, através dos séculos foi sendo criada uma nova perspectiva de moral, consubstanciada em um sistema ético, fundado em noções de dever.

Ainda antiguidade, iniciou-se um processo de entrelace da moral com o dever.

Uma das primeiras civilizações a atrelar moral e lei natural foram os estóicos que, de acordo com Adela Cortina e Emilio Martinez:

[...] situaram o conceito de “lei natural” como centro da experiência moral: entendiam que a moralidade consiste basicamente em um ajustamento da própria intenção e da própria conduta aos preceitos universais da razão, concebida por eles como uma capacidade igual que a natureza proporcionou a todos os homens para que alcancem o objetivo que ela mesma previu para eles. (CORTINA, MARTINES, 2001, p. 35)

Como se pode observar, na sociedade estóica as experiências morais começaram a servir como base da lei natural.

A antiguidade chega ao fim com a queda do Império Romano, levando consigo não só a decadência do Estado Antigo, mas também toda a noção de individualismo e hedonismos cultivados à época. Inicia-se aí, a Idade Média.

Com o desenvolvimento da sociedade medieval, a relação de experiência morais foi reforçada, de modo que, a lei natural passou a adquirir mais relevância para a concepção de moralidade.

Ocorre que, a visão teocêntrica da sociedade da época fez com que os valores religiosos como bem e mal, ou ainda, esperança de vida após a morte, fossem a base das concepções morais. Quer dizer, a moral transcendia o sujeito e era resultado da vontade divina, de modo que, o homem moral era identificado como aquele que temia a Deus.

Tal concepção prevaleceu até a revolução Francesa e a disseminação do iluminismo, momento no qual houve um distanciamento entre indivíduo e a Igreja, e, conseqüentemente a moral tornou-se laica. Isto porque, o iluminismo se centra do indivíduo e na valorização da razão, assim, a moral vai buscar seu fundamento na lei natural (jusnaturalismo), no interesse social (empirismo) e na própria razão.

A partir de tal momento, não é mais Deus quem ditará o comportamento moral, mas os homens. Neste contexto, a moral encontra sua perfeita expressão no imperativo categórico kantiano, que reflete a busca individual pela felicidade, e os limites que nossa razão nos impõe a ter em relação aos outros.

Para Kant, todo o ser racional, existe como fim em si mesmo, e não apenas como meio para uso arbitrário desta ou daquela vontade. Assim o imperativo prático será: “age de tal

maneira que possas usar a humanidade, tanto em tua pessoa como na pessoa de qualquer outro, sempre e simultaneamente como fim e nunca simplesmente como meio” (KANT, 2004, p. 59).

Portanto, a moral encontra seu fundamento na razão, de modo que, a lei moral que a razão descobre é universal, pois não se trata de descoberta subjetiva, mas sim do homem enquanto ser racional.

Tal pensamento é compartilhado por Adela Cortina e Emilio Martinez que afirmam:

O âmbito moral é aqui o da realização da autonomia humana, o da realizada da humanidade; A grandeza do homem não consiste em ser capaz de conhecimento, como pensava o aristotelismo, mas em ser capaz de vida moral, ou seja, em ser capaz de se comportar de tal modo que alguém se torne digno de ser feliz, mesmo que não chegue a sê-lo nesta vida; porque o sentido da existência humana já não seria o de alcançar a felicidade (embora cada um procure alcançá-la segundo a própria noção que dela tiver), mas o da conservação e da promoção do absolutamente valioso: a vida de todas as pessoas e de cada uma delas. (CORTINA, MARTINEZ, 2001, p. 36)

Como se pode observar, há uma clara rejeição das concepções de que ação moral visa à felicidade ou o interesse, sob o fundamento de que a mesma reside em agir humanamente, seguindo a lei que se impõe a si mesmo.

Tal concepção de moral se adequa perfeitamente à situação social da época, uma vez que os indivíduos ainda estavam colhendo os frutos do liberalismo econômico.

Ocorre que, com a evolução econômica, a sociedade passou por diversas transformações que fizeram com que fosse necessário ultrapassar valores iminentemente individualistas.

Com o advento da Revolução Industrial e das crescentes crises no modelo econômico vigente, surgiu a necessidade de superar o individualismo moderno, desprovido de solidariedade e característico das sociedades de consumo. Por consequência, para se combater as sequelas da sociedade pós-industrial, se impôs uma superação da visão de que moral está restrita ao âmbito individual.

Partindo do pressuposto de que o homem é um ser social, o processo de construção individual está consequentemente atrelado ao meio em que o ser humano se desenvolve. Assim, o ser humano só se identifica como pertencente a um determinado meio social, quando desenvolve em si, os valores compartilhados pelo grupo.

Com efeito, a moralidade não é apenas um dever para com si mesmo, mas sim, uma excelência advinda do esforço social em imbuir no indivíduo o sentimento de pertencimento ao compartilhar os mesmos valores alçando solidariamente uma vida social plena.

Assim, a moral é um reconhecimento recíproco, que impõe que o homem além de ser capaz de estabelecer leis sobre si mesmo, também precisa colocar a moral como um instrumento de diálogo, ou seja, um instrumento reconhecido no âmbito social.

Portanto, a moral passa a ser vista como uma construção não mais individual, mas coletiva, vista sob a ótica das exigências da sociedade para com as ações individuais.

Tal situação pode ser ilustrada com a construção rawlsiana de organização sociedade.

A partir de uma remodelação do contrato social, John Rawls cria uma situação hipotética, na qual, indivíduos que desconhecem seus aspectos econômicos, políticos e pessoais, elaborariam um contrato social que daria lastro a princípios fundamentais para ordem e justiça social. De acordo com o autor, os princípios de justiça são uma exteriorização dos juízos sobre o correto e justo, aceitáveis por todos os membros da sociedade. São uma espécie de premissas gerais, que uma vez aceitas, também deverão ser aceitos os seus resultados. A este procedimento de construção contratual Rawls denomina justiça procedimental pura. (RAWLS, 2008, p. 101)

A partir de um procedimento de premissas gerais e juízos ponderados, é possível encontrar dois princípios, o primeiro é chamado de princípio da liberdade igual; o segundo pode ser dividido em princípio da diferença e princípio da igualdade equitativa de oportunidades. Vejamos a definição:

Primeiro: cada pessoa deve ter um direito igual ao mais abrangente sistema de liberdades básicas iguais que seja compatível com um sistema semelhante de liberdades para as outras.

Segundo: as desigualdades sociais e econômicas devem ser ordenadas de tal modo que sejam ao mesmo tempo (a) consideradas como vantajosas para todos dentro dos limites do razoável, e (b) vinculadas a posição e cargos acessíveis a todos (RAWLS, 2008, p. 73).

Tais princípios são aplicados na posição original, regendo as atribuições de direito e deveres, bem como, regulando a distribuição das vantagens sociais e econômicas. Cabe destacar que tais princípios pressupõem a existências de duas partes distintas da estrutura social.

Com efeito, a moral rawlsiana seria construída racionalmente pelos indivíduos que elegeriam os valores que entendem ser justos para organizar a vida em sociedade.

Completando tal ideia, Jugerman Habermas afirma que as normas morais são uma forma de integração geral e refletem, por igual, o interesse de todos.

Habermas funda sua concepção de moral na ideia de que as estruturas normativas (valores, idéias morais, normas) estão em constante mutação, por conta de processos histórico-culturais e processos de aprendizagem.

Em tal contexto, os processos de aprendizagem se consubstanciam em respostas aos desafios encontrados nos processos histórico-culturais (fato que ilustramos acima mencionando a necessidade social de ultrapassar a visão individualista de moral), resultando em formas de interação individuais e sociais cada vez mais amadurecidas.

Para Habermas, a fim de compreendermos a sociedade e a moral é necessário abordar tanto a evolução do técnico-organizativo, quanto a evolução do saber prático-moral, isto porque, a consciência moral é fruto das interações. (HABERMAS, 1990, p. 49-73)

Pela teoria habermasiana, o desenvolvimento individual ocorre numa perspectiva sociológica, assim, para o autor “os conceitos-base psicológicos e sociológicos podem se articular porque as perspectivas do Eu autônomo e da sociedade emancipada neles esboçadas se corrigem e se implicam reciprocamente” (HABERMAS, 1990, p. 50-51).

Quer dizer, Habermas estabelece que o processo de construção do aprendizado individual e social só pode ser desenvolvido a partir do momento em que o indivíduo domina as estruturas de racionalidade presentes em seus grupos sociais, assimilando as ideias morais e as estruturas que determinam a justiça e a verdade. (HABERMAS, 1990, p. 49-73)

Assim, a partir da evolução da moral é possível verificar que o ser humano, como um ser social, constitui sua personalidade e pauta suas ações a partir do sentimento de pertencimento a um determinado grupo, que por sua vez, irá ser responsável por exigir de cada indivíduo a ele vinculado, virtudes que entende ser universais e essenciais para a harmonia e plenitude da sociedade.

Portanto, a moral, independente da construção teórica adotada, ultrapassa o âmbito de um mero dever, constituindo uma virtude solidária, que regerá a vida do indivíduo enquanto integrante de uma estrutura social, interferindo nos seus juízos e valores ao pautando aos interesses coletivos compartilhados.

2. DA RELAÇÃO ENTRE MORAL E ATIVIDADE EMPRESARIAL

Com base na evolução da concepção de moral, verificou-se que a moral é uma virtude universal, imposta pelos valores socialmente compartilhados a fim de permitir que o indivíduo pertença a uma determinada sociedade.

Assim, por consistir em uma condensação de valores coletivos, muito embora o conceito de moral ser pautado na relação entre indivíduo e a sociedade, a moral pode ser concebida em relação a outros entes que compõe a atividade social, como é o caso da empresa.

A atuação moral empresarial, assim como a própria moral, por muito tempo vinculou-se a ideia de legalidade – do dever.

No entanto, cada vez mais se fala em responsabilidade social transcendente a responsabilidade legal, colocando a empresa como principal responsável pelos efeitos que as práticas empresariais acarretaram na sociedade, seja no âmbito ambiental, trabalhista, etc.

É cediço que as evoluções sociais criaram um mercado cada vez mais complexo, em que, os consumidores dos produtos ofertados pelas empresas, possuem acesso muito rápido as informações, fazendo com que se cobre da empresa uma atuação mais ativa, não respeitando só o dever (a lei), mas também, produzindo efeitos positivos no contexto social que a empresa está inserida.

Tais circunstâncias, somadas aos efeitos da globalização, fizeram com que as economias se tornassem cada vez mais complexas e universais, sendo que, as empresas são os principais protagonistas desse sistema universal.

Ianni, citado Bedin, afirma que o mundo globalizado transformou-se “em um território de todo o mundo, [...] com fronteiras abolidas, irrelevantes ou inócuas, [...] onde os meios de comunicação, informação, transporte e distribuição, assim como os de produção e consumo agilizam-se universalmente”. (IANNI *apud* BEDIN, 1997, p.138)

Neste contexto, as empresas enfrentam um ambiente extremamente competitivo, no qual, não só avanços tecnológicos irão garantir sua continuidade no mercado, mas também, sua atuação será ponto principal para diferenciar o seu produto no mercado.

Um mercado universal e globalizado é versátil e muda constantemente, permitindo que várias empresas atuem, fornecendo todos os tipos de mercadorias e produtos, atendendo diversos públicos e preços diferenciados. Assim, as empresas são desafiadas diariamente a acompanhar, ou até mesmo, prever, as novas configurações do mercado e dando um diferencial aos seus produtos de modo a garantir, a longo prazo, uma vantagem competitiva sustentável.

Todavia, em um contexto no qual milhares de empresas disputam o mercado de consumo, apenas sustentabilidade não é suficiente para diferenciar um produto, principalmente se tais mercadorias são similares.

De acordo com Kotler.

[...] a imagem de uma empresa costuma persistir durante longo tempo. Essas imagens em geral revelam forte carga emocional capaz de criar vínculos com o cliente ou, no extremo oposto, afastá-lo. E bem pode vir a acontecer que à medida que os produtos forem se tornando mais iguais, a imagem cívica de uma empresa venha a ser um dos mais fortes fatores de influência na preferência do cliente. (KOTLER, 1997, p. 175)

Ou seja, a diferenciação é obtida e mantida quando a empresa trabalha o seu caráter cívico.

Por mais que o autor não fale em moral, impende destacar que caráter cívico pode ser compreendido como algo que faz referência à condição de cidadão como parte integrante do Estado.

Ora, é fácil portanto, relacioná-lo como a moral, na medida em que esta são os valores universais sociais que fornecem ao indivíduo a noção de pertencimento ao contexto social em que está inserido.

Assim, em um mundo globalizado, em que os problemas sociais se tornam mais complexos e interdependentes, a empresa adquire uma nova responsabilidade, não só legal, mas moral.

A responsabilidade moral é parte integrante da ética empresarial, e tem como objetivo um conjunto de valores que vedam ações que possam a qualquer título vir a causar danos ou ofensas a outrem.

Enquanto a responsabilidade social cinge-se a dimensão jurídica, a moral transcende, abarcando questões como solidariedade, compromisso social, transparência, etc.

Em síntese, entende-se por responsabilidade moral obrigações éticas que obstam que a empresa repercuta negativamente sobre qualquer elemento que constitua o contexto social em que está inserida (seja ele ser humano, animais, meio ambiente, sistema financeiro, Estado, etc.).

Impende destacar, que muitos concebem responsabilidade moral como a necessidade de impor à atividade empresarial financiamento a projetos de relevante interesse social – investimento direto na sociedade.

Contudo, moral em nada se relaciona com investimento à sociedade, mas sim, ao respeito aos valores universais compartilhados pelo meio em que está inserida, seja, respeitando os costumes do local, ou ainda, evitando danos aos consumidores e os reparando, caso venham a ocorrer.

Por fim, apenas a título elucidativo, cabe destacar que muitos defendem que não é possível atribuir conceitos de moral à atividade empresarial. Isto porque, a empresa não pode ser concebida como um ente moral, apto a utilizar de suas faculdade de modo a optar pela adoção de valores universais.

De acordo com Milton Friedman, o que define uma empresa é a busca pelo lucro – o interesse econômico, de modo que, ela não pode ser tida como um ente moral sob pena de se incidir em uma hipocrisia, assim:

[...] só as pessoas podem ter responsabilidades. Uma corporação é uma pessoa artificial [jurídica] e, nesse sentido, pode ter responsabilidades artificiais [legais], mas "os negócios", como uma totalidade, não se pode dizer que tenham responsabilidades, nem sequer em sentido vago. (FRIEDMAN *apud* THIRY-CHERQUES, 2003, p. 36)

Com efeito, apenas as pessoas que atuam na empresa podem responder por comportamentos morais.

Ocorre que, independente de se atribuir a responsabilidade moral à empresa ou aos seus dirigentes e pessoas que trabalham na atividade empresarial, é certo que, a moral está presente na atividade empresarial como um agir dentro dos valores universais que obstam comportamento negativos no sentido de produzir danos a outrem. Mais do que isso, em um contexto de globalização, a moral tem despontado como um dos elementos que agregam diferencial ao produto ou serviço oferecido, aumentando a competitividade da empresa.

3. O COMPLIANCE COMO UM INSTRUMENTO DE EFETIVAÇÃO DA MORALIDADE NA ATIVIDADE EMPRESARIAL

A evolução da sociedade e das práticas comerciais, fruto da modernidade e da globalização, fizeram com que a moral passasse a integrar as diretrizes de atuação da atividade empresarial.

Neste contexto, o *compliance* desponta como um dos principais instrumentos para efetivação da moral na atuação da empresa.

A palavra *compliance* é originada da língua inglesa, do verbo *comply*, que significa obedecer, atender a um pedido, ou ainda, a um comando. Na prática, ela é utilizada no contexto de estar em conformidade com leis e regulamentos internos e externos. (SANTOS, p. 4)

No entanto, o *compliance* vai muito além do conceito verbal, se consubstanciando em um modo de designar as ações responsáveis por mitigar os riscos e prevenir corrupção e fraude nas organizações, independentemente do ramo de atividade.

De acordo com Marcelo Aguiar Coimbra e Vanessa Alessi Manzi, o *compliance* deve ser entendido como um trabalho preventivo na criação de uma nova cultura ética empresarial, que busque não justificar os erros, mas preveni-los. (COIMBRA, MANZI, 2010, p. 30-45)

Portanto, o *compliance* vai além das barreiras legais, incorporando os princípios morais.

Assim, por mais que nenhuma lei ou regulamento seja descumprido, o *compliance* impede ações que tragam impactos negativos para qualquer um envolvido ou não na atividade empresarial.

Impende destacar que, tal mecanismo surgiu nas instituições financeiras na década de 1950, se consolidando em 1970, quando órgão regulamentadores norte-americanos passam a exigir a contratação de “*compliance officers*” na criação de procedimentos internos de controles, treinamento de pessoas e monitoramento do cumprimento dos procedimentos.

No Brasil, tal instrumento passou a ser difundido em 1998, quando a Lei 9613 tipificou o crime de lavagem de dinheiro e criou o Conselho de Controle de Atividades Financeiras – COAF, e, atualmente, é amplamente utilizado para evitar a responsabilização da empresa pela prática de atos de corrupção.

Quando surgiu, o *compliance* estava diretamente vinculado a uma assessoria jurídica – ou seja, verificar se a empresa estava atuando dentro das leis e regulamentos.

Não obstante, com o crescimento do mercado, passou-se a demandar um *compliance* mais complexo, que ultrapasse as normas, incluindo todos os processos que envolvam a atividade empresarial, de modo a demonstrar que a empresa não só respeita a lei, mas adota boas práticas, compreendidas como ações morais.

Portanto, uma vez que o *compliance* é um instrumento que permite trazer dentro da empresa aspectos morais que envolvem a atividade empresarial, que vão além da lei, é possível

concluir que o mesmo é um mecanismo eficiente para efetivar a moralidade na atividade empresarial.

A partir do compliance, adota-se práticas morais na atividade da empresa, fazendo com que a mesma seja bem vista pela sociedade em que se insere, beneficiando, não só a atividade empresarial, mas evitando que a atividade desenvolvida prejudique terceiros, preservando assim, a ordem social.

4. CONCLUSÃO

A partir da análise da evolução da concepção de moral, foi possível verificar que a moralidade transcende a construção individual e do mero dever, se consubstanciando em uma virtude universal, imposta pelos valores socialmente compartilhados a fim de permitir que o indivíduo pertença a uma determinada sociedade.

Não obstante o conceito se pautar na relação indivíduo e sociedade, a moral também pode ser concebida em relação a outros entes que compõe a atividade social, como é o caso da empresa, que por mais que não seja um ser animado, dotado de faculdades racionais, interfere diretamente no contexto social.

Assim, por conta da relevância da atuação empresarial para a sociedade, é imposto as atividades desenvolvidas pela empresa, uma atuação moral, não só como forma de adequação social, mas também, como um instrumento de valorização da atividade desenvolvida e diferenciação no mercado.

As constantes evoluções sociais, somadas aos efeitos da globalização, fizeram com que a empresa buscasse nas necessidades sociais elementos para valorizar e diferenciar a atividade por ela desenvolvida.

Dessa forma, a moral despontou como um importante elemento agregador de valor e diferenciador de produtos e serviços.

A moral é concebida com base nos valores compartilhados por todos os indivíduos que compõe a sociedade. Assim, aquele indivíduo que divide dos mesmos valores morais detém um sentimento de pertencimento ao meio social, ou seja, ele recebe reconhecimento e se identifica com a sociedade.

Tal situação ocorre de maneira semelhante à empresa, que por mais que não possua sentimentos e valores, ao respeitar a virtude universal imposta pelo contexto social que está inserida, imbui em seus produtos ou serviços elementos que serão reconhecidos pela sociedade (seus potenciais consumidores).

Neste contexto, a responsabilidade moral desponta como um dos principais elementos diferenciadores dos produtos ou serviços oferecidos por uma empresa.

Cabe destacar que, dentro do ambiente competitivo da atividade empresarial, a atuação moral não está restrita a lei, mas sim, a um comportamento que visa prevenir danos à terceiros (envolvidos ou não na atividade empresarial). Ou seja, um agir de modo a obstar que a empresa repercute negativamente sobre qualquer elemento que constitua o contexto social em que está inserida.

Portanto, a responsabilidade moral passa a ser uma diretriz da atividade empresarial, um fim a ser perseguido.

Por conta disso, o compliance constitui um dos principais instrumentos para efetivação da moralidade na atividade empresarial.

Originado no sistema financeiro, o compliance surge como um instrumento preventivo de verificação da legalidade nas atividades desenvolvidas pelas empresas que integram o referido sistema.

Não obstante, com a evolução do mercado e da necessidade de atender aos anseios sociais, o compliance passou a ser um instrumento muito mais complexo, ultrapassando as normas, e abrangendo a fiscalização e adequação de todos os processos que envolvem a atividade empresarial, de modo a demonstrar que a empresa não só respeita a lei, mas adota práticas incentivadas pela sociedade.

Com efeito, é possível concluir que o compliance inaugurou uma verdadeira mudança na cultura ética empresarial, impondo aspectos morais para evitar prejuízos, não só a atividade empresarial, mas a todos os envolvidos direta ou indiretamente na empresa, seja como funcionários, consumidores, ou simplesmente, indivíduos expostos às práticas empresariais.

Dessa forma, por constituir um mecanismo para efetivação de práticas morais no âmbito empresarial, o compliance não só admite a moral na atividade empresarial, como a efetiva dentro da empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARISTÓTELES. **Política**. Edição bilíngue (português-grego) com tradução directa do grego. Tradução de António Campelo Amaral e Carlos de Carvalho Gomes. 1ª ed. Lisboa: Vega, 1998

BEDIN, G. Antônio. "Estado, Cidadania e Globalização do Mundo: algumas reflexões e possíveis desdobramentos". In: Odete Maria de Oliveira (Coord.). **Relações Internacionais e Globalização: Grandes Desafios**. Ed.Uniujú, Rio Grande do Sul, 1.997.

COIMBRA, Marcelo de Aguiar; MANZI, Vanessa Alessi (Coord.). **Manual de Compliance: preservando a boa governança e a integridade das organizações**. São Paulo: Atlas, 2010

CORTINA, Adela; MARTINEZ, Emílio. **Ética**. Ediciones Akal. Espanha, 2001.

FRIEDMAN, M. **The social responsibility of business is to increase its profits**. New York Times Magazine, 13 Sept. 1970.

HABERMAS, Jürgen. **Para a reconstrução do materialismo histórico. Desenvolvimento da moral e identidade do eu** (Texto original de 1974-6). São Paulo: Editora Brasiliense, 1990. (pp. 49-73).

HOBBS, Thomas. *Leviatã*. In: **Os pensadores**. Trad. João Paulo Monteiro, Maria Beatriz Nizza da Silva. São Paulo: Nova Cultural, 2000

KANT, Immanuel. **Fundamentação da Metafísica dos Costumes e Outros Escritos**. São Paulo: Martin Claret: 2004.

KOTLER, Philip. "Competitividade e Caráter Cívico". In: Frances Hesselbein et al. (editores), Peter F. Drucker Foudation (oragnização), *A organização do futuro: Como preparar hoje as empresas de amanhã*, Ed.Futura, 1997

RAWLS, John. **Uma teoria de Justiça**. São Paulo: Martins Fontes: 2008

ROUSSEAU, Jean Jacques. **O Contrato Social**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

Santos RA. Compliance como ferramenta de mitigação e prevenção da fraude organizacional [dissertação]. São Paulo (SP): PUC-SP; 2011.

THIY-CHERQUES, Hermano Roberto. **Responsabilidade moral e identidade empresarial**. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, n. 7, p. 31-50, 2003