XXV CONGRESSO DO CONPEDI - CURITIBA

DIREITOS ESPECIAIS E TUTELA DAS MINORIAS NA ATIVIDADE EMPRESARIAL

EDIMUR FERREIRA DE FARIA

MIGUEL KFOURI NETO

Copyright © 2016 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. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN
Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP
Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC
Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Representante Discente – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

Conselho Fiscal:
Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches – UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)
Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

Secretarias:
Relações Institucionais – Ministro José Barroso Filho – IDP
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF
Educação Jurídica – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDi
Eventos – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC
Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG
Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA
Comunicação – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

D598

Direitos especiais e tutela das minorias na atividade empresarial [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UNICURITIBA;

Coordenadores: Edimur Ferreira De Faria, Miguel Kfouri Neto – Florianópolis: CONPEDI, 2016.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-357-3
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: CIDADANIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: o papel dos atores sociais no Estado Democrático de Direito.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Congressos. 2. Direitos Especiais. 3. Tutela das Minorias na Atividade Empresarial. I. Congresso Nacional do CONPEDI (25. : 2016 : Curitiba, PR).

CDU: 34

CONPEDI
Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Florianópolis – Santa Catarina – SC
www.conpedi.org.br

XXV CONGRESSO DO CONPEDI - CURITIBA

DIREITOS ESPECIAIS E TUTELA DAS MINORIAS NA ATIVIDADE EMPRESARIAL

Apresentação

O Grupo de Trabalho “Direitos especiais e tutela das minorias na atividade empresarial” reuniu no XXV Congresso do CONPEDI, realizado em Curitiba-PR, apresentado pelos respectivos autores.

Os artigos defendidos foram escritos por doutores, doutorandos, mestres e mestrandos, individual ou em coautoria com respectivos orientadores ou professores. Os trabalhos são de alto nível, profundidade e discussão adequados e compatíveis com as exigências próprias dos trabalhos científicos. São textos originais contendo novidades nos campos investigados, abordando questões polêmicas e atuais, ainda pouco enfrentadas pela doutrina e jurisprudência pátrias.

Os debates e discussões que se seguiram após as apresentações foram profícuos e relevantes para melhor compreensão das particularidades do temário do GT..

Os textos revelam a diversidade e interdisciplinariedade dos temas debatidos sob a coordenação dos Professores Doutores que este subscrevem.

Mais uma vez o CONPEDI e a sua competente equipe estão de parabéns pela seleção das linhas de pesquisa e organização do evento. Neste particular “organização do evento” merecem reconhecimento a Diretoria, professores e funcionários da UNICURITIBA, que não mediram esforços para proporcionar aos participantes do evento a operante organização adequada e funcional da Universidade.

Espera-se que os leitores encontrem nos textos publicados, subsídios para as suas pesquisas.

Prof. Dr. Edimur Ferreira de Faria, Professor Doutor – PUC Minas

Prof. Dr. Miguel Kfouri Neto, Professo Doutor - UNICURITIBA

EMPRESA E SOCIEDADE NA PÓS-MODERNIDADE: ENCONTROS E DESENCONTROS

COMPANY AND SOCIETY IN POSTMODERNITY: ENCOUNTERS AND DISENCOUNTERS

Rodrigo Chamorro da Silva [1]

Resumo

O presente artigo enfoca um tema que se encontra na pauta jurídico-política da atualidade, mas que ainda carece de muitas reflexões teóricas: a relação entre empresa e sociedade. Inicialmente, buscar-se-á chegar a uma compreensão sociológico-jurídica da empresa, ressaltando-se o seu perfil institucional/corporativo. Em seguida, demonstrar-se-á de que modo pode a empresa atuar, amparada em sua feição institucional, de modo a melhor se aproximar dos anseios da sociedade na pós-modernidade. Para tanto, a metodologia utilizada será a dialética e, a técnica de pesquisa, a bibliográfica.

Palavras-chave: Empresa, Pós-modernidade, Sociedade

Abstract/Resumen/Résumé

This article focuses on a topic that is in today's legal and political agenda, but it still lacks many theoretical reflections: the relationship between company and society. Initially, it will be sought-reaching a sociological and legal understanding of the company, highlighting its institutional/corporate profile. Next, will be demonstrate how the company can act, based on its institutional feature, so the best approach of the company's aspirations in postmodernity. Therefore, the methodology used is the dialectic and the search technique, the literature.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Company, Postmodernity, Society

[1] Assessor Jurídico do MP/RS, Especialista - MBA em Direito de Empresa com Ênfase em Direito Tributário, Mestrando em Tutelas à Efetivação de Direitos Públicos Incondicionados. E-mail: chamorro@mp.rs.gov.br.

1 INTRODUÇÃO

A empresa - o termo, dado o enfoque do presente trabalho, será usado tanto para se referir às pessoas físicas quanto às jurídicas empresárias - é instituição vencedora na sociedade. Resistente a guerras e alternâncias de regimes políticos, ela insiste em perenizar-se como instrumento de circulação de riquezas. Retrações econômicas, estatizações, taxações e tributações espoliativas sucedem ao longo da história, mas a empresa resiste em sucumbir. Ao revés, redescobre-se, reconfigura-se, desburocratiza-se, moderniza-se e finda por sempre sair, ao final, fortalecida.

Contudo, não raro, a máquina empresarial, inclusive em virtude do citado sucesso de sua estrutura, tem se prestado para a prática de condutas escusas e abusos de direito, com prejuízo à probidade administrativa, aos sócios minoritários, ao meio ambiente, aos consumidores, ao sistema financeiro e, em última análise, à toda a sociedade.

Nesse cenário, às empresas conclama-se tornarem-se cada vez mais conscientes dos impactos positivos ou negativos de suas atividades perante à comunidade, bem como de suas funções e responsabilidades sociais. Ainda: toquem-se da importância de sua participação em prol da construção de um mundo mais justo e igualitário, tarefa cuja história constantemente vem demonstrando não se concretizar quando atribuída unicamente aos governos instituídos.

A mentalidade de que basta apenas ser eficiente em seu ramo não parece mais possa prevalecer na pós-modernidade, urgindo conduzirem-se as atividades econômicas ao encontro das preocupações sociais e ambientais. Assim como qualquer agente social, a empresa tem compromissos com a sustentabilidade e, se contra ela se voltar, estará tolhendo o seu próprio futuro, pois, quer queira ou não, ela se encontra inserida na mesma sociedade abalada pelas citadas condutas antissociais.

Atento a este fato, o presente estudo defende a ressignificação da empresa na pós-modernidade, com enfoque para o seu perfil institucional ou corporativo, tudo visando, de um lado, conferir mais transparência, controle e conformidade ética às suas atividades e, de outro, uma mais íntima aproximação com a sociedade.

Saliente-se, por fim, que a metodologia utilizada será a dialética e, a técnica de pesquisa, a bibliográfica.

2 A EMPRESA COMO INSTITUIÇÃO SOCIAL (?)

O Código Civil Brasileiro, em razão da multiplicidade de usos da palavra empresa, preferiu não defini-la, optando por apenas conceituar empresário, conforme a redação do art. 966: "Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços." (BRASIL, 2002, *on-line*).

Nada obstante, o presente estudo busca ampliar esta inteligência analisando a teoria dos perfis da empresa, ou poliédrica, de Alberto Asquini, surgida na sequência da aprovação do Código Italiano de 1942 e considerada, conforme Ricardo Negrão, a tentativa de definição jurídica de empresa que mais se destacou na doutrina empresarial, merecendo profundo e completo estudo de juristas brasileiros, dos quais se notabilizou Waldirio Bulgarelli (NEGRÃO, 2010, v. 1, p. 64).

Alberto Asquini assevera que a empresa pode ser vista sob diversos ângulos, conforme os vários elementos que nela se inserem.

O primeiro aspecto, denominado *perfil subjetivo*, se relaciona às pessoas dos empreendedores que exercem a atividade empresarial, sendo, como já visto, o modelo acolhido pela legislação brasileira. O *perfil funcional*, de outro lado, destaca-se pela face dinâmica, pela força em movimento que significa a atividade empresarial voltada para um escopo produtivo. O *perfil objetivo*, por sua vez, refere-se à empresa como patrimônio, que nada mais é do que o estabelecimento empresarial definido como complexo de bens móveis e imóveis, corpóreos e incorpóreos, utilizado pelo empresário para o exercício de sua atividade empresarial. E, por fim, pelo *perfil corporativo ou institucional*, a empresa é vista como o resultado da organização do pessoal, formado pelo empresário e por seus colaboradores, criando uma filosofia e ideologia próprias de cada empresa (NEGRÃO, 2010, v. 1, p. 65-68).

Waldírio Bulgarelli, citado por Ricardo Negrão, se distancia da teoria de Asquini para conceber não quatro, mas apenas três aspectos jurídicos significativos de empresa: o empresário (perfil subjetivo), o estabelecimento (perfil objetivo ou patrimonial) e a empresa (perfil funcional ou exercício da atividade empresarial), desconsiderando o perfil corporativo ou institucional, assim:

> Essa ideia de organização de pessoas, como corpo social, estruturada com base numa hierarquia em relação a uma ideia diretriz, capaz de manter sua integridade apesar das mutações em seus elementos, está contida também em Hauriou e seus seguidores. Mas, *primeiro*, é incontestável que se trata de visão sociológica; e *segundo*, que dá relevo aos aspectos da organização estável que sobrevive e

> permanece independentemente das vicissitudes de seus membros, em razão de uma ideia a realizar. Nesse sentido é que é vista comumente, atribuindo-se essa designação às escolas, às sociedades, às fundações e ao próprio Estado. Mas, certamente, não tem correspondência às categorias jurídicas; referindo-se à instituição como um conjunto de regras estáveis, ou uma organização de pessoas e de bens, terá sua importância para influenciar o jurista ou o legislador, em termos axiológicos talvez, mas, sem dúvida, não permite sua qualificação entre as categorias jurídicas fundamentais. (BULGARELLI, 1995, p. 87-88 apud NEGRÃO, 2010, v. 1, p. 68).

Fábio Ulhoa Coelho também tece críticas ao mestre italiano, vindo a expor veementes ressalvas à teoria dos perfis da empresa:

> A visão multifacetária da empresa proposta por Asquini, sem dúvida, recebe apoio entusiasmado de alguma doutrina (entre nós, Marcondes, 1977:7/8), mas dos quatro perfis delineados apenas o funcional realmente corresponde a um conceito jurídico próprio (cf. Ferrara, 1945:90/91). Os perfis subjetivo e objetivo não são mais que uma nova denominação para os conhecidos institutos de sujeito de direito e de estabelecimento empresarial. O perfil corporativo, por sua vez, sequer corresponde a algum dado de realidade, pois a ideia de identidade de propósitos a reunir na empresa proletários e capitalistas apenas existe em ideologias populistas de direita, ou totalitárias (como a fascista, que dominava a Itália na época). (COELHO, 2009, v. 1, p. 19).

Para o autor, assim:

> Empresa é a atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens e serviços. Sendo uma atividade, a empresa não tem a natureza jurídica de sujeito de direito nem de coisa. Em outros termos, não se confunde com o empresário (sujeito) nem com o estabelecimento (coisa). (COELHO, 2009, v. 1, p. 19).

Marlon Tomazette perfilha do mesmo entendimento. Segundo o autor, a concepção de Asquini, embora tenha tido o mérito de trazer à tona vários conceitos intimamente relacionados ao de empresa, os quais traduziram o fenômeno da empresarialidade, hodiernamente parece estar superada, por ter confundido a noção de empresa com outras noções, o que demonstraria a imprecisão terminológica do Código Italiano. Segundo o autor, o perfil corporativo não encontraria fundamento em dados, mas apenas em ideologias políticas que influenciaram a concepção fascista da elaboração do Código Italiano (TOMAZETTE, 2009, v. 1, p. 37).

André Luiz Santa Cruz Ramos igualmente levanta as similares críticas ao *perfil corporativo* da empresa, imputando-o de ultrapassado porque “só se sustentava a partir da ideologia fascista que predominava na Itália quando da edição do Código Civil de 1942.” (RAMOS, 2013, p. 11).

Por fim, Ricardo Negrão, da mesma forma, aderindo às críticas de Waldirio Bulgarelli, utiliza apenas os aspectos subjetivo, objetivo e funcional fixados pela teoria poliédrica para discorrer as suas lições sobre o tema no seu Manual de Direito Comercial e de Empresa (NEGRÃO, 2010, v. 1, p. 68).

Não há como se apartar a mencionada controvérsia do aperfeiçoamento experimentado pelas sociedades de capitais no século XX, mediante a separação entre propriedade e controle, o que, segundo André Fernandes Estevez, propiciou como uma das consequências outra discussão jurídica, qual seja, a criação de duas teorias antagônicas no direito societário, a saber, a contratualista e a institucionalista. Conforme o autor:

> Pela teoria contratualista, indica-se que a sociedade é uma comunhão dos interesses dos sócios, não importando o interesse de terceiros, como trabalhadores, fornecedores, entre outros. Por muito tempo, a maximização de lucros e competição selvagem tornaram-se, supostamente, a única via para o sucesso. Em contraposição, foram criadas teorias institucionalistas que reconhecem a existência de outros interesses sociais além daqueles atinentes ao sócio. Entende-se por essas teorias que o interesse do sócio é, muitas vezes, egoísta e contraposto ao interesse da sociedade. (ESTEVEZ, 2014, p. 39).

Embora se nutra imenso respeito à posição dos ilustrados juristas, de destacada grandeza na doutrina pátria, que recusam o perfil institucional da empresa, adere-se, neste estudo, à posição de Wilges Bruscato, para quem o *perfil corporativo* encontra-se vivo na empresa moderna, visto ser razoável concebê-la como uma corporação, instituição ou organização, por envolver a reunião de pessoas em torno de um mesmo objetivo. Assim, a empresa é a mobilização das forças e das ideias dos agentes que nela atuam, sejam os empreendedores ou os colaboradores (BRUSCATO, 2011, p. 83).

Em que pese, pois, as críticas originais de Waldírio Bulgarelli e de Fábio Ulhoa Coelho, às quais ulteriormente conquistaram seguidores mais modernos, no sentido de que o *perfil coorporativo* estaria contaminado por uma "visão sociológica" ou "axiológica" que "não permitira a sua qualificação entre as categorias jurídicas fundamentais", rebate-se que a autonomia ou "pureza" absoluta do direito (valendo-se da expressão cunhada por Hans Kelsen, jusfilósofo austríaco, cuja obra Teoria Pura do Direito se insere nos cânones da escola juspositivista) sempre foi alvo de críticas contundentes na história da evolução jurídico-dogmática, sendo que, mesmo entre muitos de seus representantes, manteve-se hígida a ideia de que a validade do direito vincula-se ao requisito fático de eficácia social mínima, o qual se relaciona ao requisito de legitimidade do sistema jurídico.

Conforme J. X. Carvalho de Mendonça, citado por Marcelo Bertoldi e Márcia Carla Pereira Ribeiro:

> [...] o direito não se inventa, não nasce do arbítrio, nem surge espontaneamente dos congressos legislativos. Desenvolve-se no terreno social, num ambiente histórico, em relação ao grau de civilização, aos usos e costumes, à organização política dos Estados. [...] o direito comercial não se formou numa época, nem no meio de um só povo. A cooperação de todos os povos em tempos sucessivos, firmada fundamentalmente nas bases econômicas, é que constituíram e lhe imprimiram o caráter autônomo. (MENDONÇA, 1953, v. 1, p. 49-51 apud BERTOLDI; RIBEIRO, 2013, p. 34).

Paulo Nader bem sintetiza a mútua dependência entre direito e sociedade:

> Direito e sociedade são entidades congênitas e que se pressupõe. O direito não tem existência em si próprio. Ele existe na sociedade. A sua causa material está nas relações da vida, nos acontecimentos mais importantes para a vida social. A sociedade, ao mesmo tempo, é fonte criadora e área de ação do Direito, seu foco de divergência. Existindo em função da sociedade, o Direito deve ser estabelecido à sua imagem, conforme as suas peculiaridades, refletindo os fatos sociais, que significam, no entendimento de Émile Durkheim, maneiras de agir, de pensar e de sentir, exteriores ao indivíduo, dotadas de um poder de coerção em virtude do qual se lhe impõe. Fatos sociais são criações históricas do povo, que refletem os seus costumes, tradições sentimentos e cultura. A sua elaboração é lenta, imperceptível e feita espontaneamente pela vida social. Costumes diferentes implicam fatos sociais diferentes. Cada povo tem a sua história e seus fatos sociais. O Direito, como fenômeno de adaptação social, não pode formar-se alheio a esses fatos. As normas jurídicas devem achar-se conforme as manifestações do povo. (NADER, 2012, p. 28).

Não há como analisar, pois, o fenômeno empresa sem aliarmos, à epistemologia jurídica, a sociológica, essencialmente porque, no curso da história humana, as atividades empresariais representam relevante ramificação das relações econômicas do homem enquanto sujeito inserido em uma sociedade. Conforme Giuseppe Ferri, citado por Wilges Bruscato: "Apresentando o fenômeno econômico da empresa, perante o Direito, aspectos diversos, não deve o intérprete operar com o preconceito de que o mesmo caiba, forçosamente, num esquema jurídico unitário." (FERRI, 1950, p. 25 apud BRUSCATO, 2011, p. 85).

Alerte-se que não se esta aqui a defender um apego exacerbado da ciência jurídica à sociológica, mas apenas reconhecendo a sua inexorável relação. Conforme explica Miguel Reale, não se deve conceber que a sociologia jurídica possa explicar todo o mundo jurídico "até ao ponto de negar autonomia à jurisprudência, reduzindo-a a uma arte de bem decidir com base nos conhecimentos fornecidos pelos estudiosos da realidade coletiva", mas sim reconhecer que "não há, inegavelmente, fenômeno jurídico que não se desenvolva em certa condicionalidade histórico-social". (REALE, 2002, p. 434).

Assim, embora não se deva conferir aos fatores sociais "a primazia, quando não a exclusividade na produção do fenômeno político e jurídico", devemos ter por mira que todo e qualquer sistema de normas jurídicas é impulsionado por um conjunto de fatos de natureza social, política ou econômica. Segundo o mestre paulista, pois, "devemos evitar o simplismo das explicações unilaterais, características de uma época de naturalismo sequioso de encontrar a 'raiz' única dos processos humanos." E ele conclui: "Quase se pode dizer que existe hoje acordo no reconhecimento de que tais explicações redutivistas mutilam a verdadeira natureza da sociedade e do Estado." (REALE, 2002, p. 435).

De outro lado, e agora considerando especialmente a crítica de Fábio Ulhoa Coelho, no sentido de que a visão institucional da empresa, concebida por Asquini, sequer corresponderia a um "dado de realidade", apenas existindo em ideologias populistas de direita, ou totalitárias, oponível o argumento de que eventuais deformações sócio-políticas não parecem ser motivo suficiente a decretar, de forma inapelável, a inocuidade de categorias ou conceitos jurídicos, como o de Empresa.

É verdade que fatores externos ao direito podem repercutir negativamente na aplicação de seus institutos, até porque, como já se colheu a oportunidade de se demonstrar neste artigo, o Direito não tem existência em si próprio, mas na sociedade. Contudo, não parece acertado concluir que os consectários sociais negativos de uma dada época seriam o bastante para se refutar, de forma universal, certas concepções jurídico-sociológicas. Cada povo tem sua história e seus fatos sociais, de modo que categorias jurídicas deturpadas no passado por uma determinada ideologia vigente no seu contexto sócio-político podem simplesmente adequar-se em uma estrutura social diversa no tempo e no espaço.

Na concepção aqui defendida, tal é o que sucede com o perfil corporativo ou institucional da empresa na atualidade, quando vem se acentuando a visão da empresa como sendo um ente organizacional-institucional de perfil jurídico, mas também social. Acerca dessa visão organizacional da empresa, oportuno transcrever excerto de artigo de Giovani Magalhães Martins Filho:

> Retomando o raciocínio exposto anteriormente, discorda-se aqui da doutrina dominante, na conceituação de empresa. A doutrina majoritária, como visto, reduz os quatro perfis de Asquini, considerando apenas três como de relevância e de importância, que seriam os perfis subjetivo, objetivo e funcional. Com os perfis subjetivo e objetivo, restam definidos, respectivamente, o empresário e o estabelecimento. O perfil funcional é tido pelos juristas como o conceito próprio de empresa. Por ele, a empresa seria a atividade econômica realizada pelo empresário, no estabelecimento, descartando-se o perfil corporativo ou institucional. O aludido perfil só existiu por razões políticas existentes à época de discussão e aprovação do Código Civil Italiano. Acontece que é justamente o perfil corporativo que os

> economistas se utilizam para definir a empresa, desde que se retire do referido perfil qualquer traço ou conotação meramente política. A definição dada por Asquini para tal perfil é, em síntese, a definição de firma dada por Coase. O perfil corporativo de Asquini tem a mesma definição da firma de Coase, vale dizer, a relação existente entre o empresário e seus diversos colaboradores, visando tal relação a um fim comum, equivale, em outros termos, dizer que a firma é uma coordenação de contratos, um feixe de contratos organizados e coordenados pelo empresário. Paula Andrea Forgioni (2009, p. 82-83), após ressaltar que com a derrocada do regime fascista houve, doutrinariamente, um movimento visando a neutralizar o conceito de empresa, ensina: Vimos que, nos anos 1950 e 1960, a doutrina italiana esforçou-se para içar a empresa do contexto fascista que lhe deu origem; a partir dos anos 1960, com a ligação entre empresa e liberdades econômicas, esse passado vai sendo definitivamente sepultado. Os princípios da livre iniciativa e da livre concorrência concretizam-se na disciplina da atividade da empresa, marcando seu perfil. Por causa dos tratados europeus que visam à integração econômica, a empresa passa de instrumento intervencionista à peça-chave da economia de mercado. Não se pode deixar de notar que, se com o perfil subjetivo se define o empresário, com o perfil objetivo se define o estabelecimento, e com o perfil funcional se define a atividade econômica, é com o perfil corporativo que se vai definir a organização. Empresário, estabelecimento, atividade econômica e organização são quatro realidades distintas ocorrendo no âmbito da empresa. Empresa, portanto, não é somente a atividade econômica, mas sim a atividade econômica organizada pelo empresário, exercida num estabelecimento, visando a atender ou a suprir um interesse de mercado. (MARTINS FILHO, 2010, *on-line*).

Como apregoa Calixto Salomão Filho, citado por Bruscato, talvez nessa ótica, remodelados por valores e necessidades atuais - porque de 1942 (ano de publicação do Código Italiano) para cá se passaram mais de oitenta anos - dois sejam os perfis que melhor condensem a ideia de empresa: “a empresa concebida como empresário (perfil subjetivo) e a grande empresa, entendida como instituição ou comunidade de interesses (perfil institucional).” (SALOMÃO FILHO, 1995, p. 14-15 apud BRUSCATO, 2011, p. 84).

3 A EMPRESA AO ENCONTRO DA SOCIEDADE PÓS-MODERNA

Segundo Alain Touraine, não é demasia definir nossa atual sociedade como “pós-industrial”:

> Não é, de forma nenhuma, contraditório definir a nossa sociedade como ultramoderna e dizer que ela resultou deste pensamento evolucionista que caracterizara uma etapa das sociedades modernas. Da mesma maneira, a sociedade clássica, a da filosofia política dos séculos XVI, XVII e XVIII, fora já uma sociedade moderna, a do Renascimento, da criação da ciência e dos estados modernos, mas fora pensada em termos de ordem e não de movimento, em termos políticos e não econômicos. Depois desta sociedade pensada por Maquiavel, Hobbes e Rousseau, depois também da sociedade industrial pensada por Comte, Hegel e Marx, vemos formar-se uma sociedade pós-industrial, programada, na qual as categorias morais ocupam o lugar central que havia sido o das categorias políticas e depois econômicas e que, antes de ter surgido a modernidade, tinha já sido ocupado pelo pensamento religioso. (TOURAINE, 1994, p. 426).

Alvin Toffler expõe uma nova abordagem da História que chama de análise da "frente da onda social". Ele a enfoca como uma sucessão de ondas de mudança em marcha, conferindo mais atenção às descontinuidades (inovações e interrupções) do que às continuidades históricas. Para o referido autor, a sociedade – e a empresa ("Companhia" na tradução para o português da obra) – vive hoje a "Terceira Onda" da História:

> Até agora a raça humana suportou duas grandes ondas de mudança, cada uma obliterando extensamente culturas ou civilizações e substituindo-as por modos de vida inconcebíveis para os que vieram antes. A Primeira Onda de mudança – a revolução agrícola – levou milhares de anos para acabar. A Segunda Onda – o acesso da civilização industrial – durou apenas uns 300 anos. [...] A Terceira Onda traz consigo um modo de vida genuinamente novo, baseado em fontes de energia diversificadas e renováveis; em métodos de produção que tornam obsoletas as linhas de montagem das fábricas; em novas famílias não-nucleares; numa novel instituição que poderia ser chamada a 'cabana eletrônica'; e em escolas e companhias do futuro, radicalmente modificadas. A civilização nascente escreve um novo código de comportamento para nós e leva-nos além da padronização, da sincronização e da centralização, além da concentração de energia, dinheiro e poder. [...] Pois exatamente como a família nuclear, a escola, os veículos de comunicação de massa e as outras instituições chaves da idade industrial, a companhia está sendo jogada para cá e para lá, abalada e transformada pela Terceira Onda de mudança. E uma boa quantidade de gerentes de alto nível não sabe o que os atingiu. [...] Atualmente atacou uma nova crise. Mas esta não é diferente. Ao contrário de todas as crises ocorridas durante a era industrial, envolve não só dinheiro, mas também toda a base de energia da sociedade. [...] Ao contrário das do passado, está diretamente ligada a problemas ecológicos fundamentais, a uma espécie inteiramente nova de tecnologia e à introdução de um novo nível de comunicações no sistema de produção. [...] O sistema econômico da Segunda Onda, na qual a companhia cresceu, era baseado nos mercados nacionais, circulações nacionais e governos nacionais. [...] Com efeito, toda a estrutura global, que estabilizou as relações comerciais internacionais para as companhias gigantescas está rangendo e parece em perigo de se desmantelar. [...] Tudo isso é compreendido por carências erráticas e superabundâncias de energia e recursos: por rápidas mudanças nas atitudes dos consumidores, trabalhadores e gerentes; por desequilíbrios de comércio que ocorrem rapidamente; e, sobretudo, pela nascente militância do mundo não industrial. Este é o ambiente volátil e confuso em que lutam para operar hoje as companhias. Os gerentes que as dirigem não desejam desistir do poder empresarial. Eles ainda lutam por lucros, produção, e progresso pessoal. Mas defrontado por níveis ascendentes de imprevisibilidade, com crescente crítica pública e pressões hostis, nossos gerentes mais inteligentes estão questionando os alvos, a estrutura, a responsabilidade, a própria *raison d'être*de suas organizações. Muitas de nossas maiores companhias estão experimentando algo análogo a uma crise de identidade, ao verem a estrutura outrora estável da Segunda Onda se desintegrar em volta deles. Esta crise de identidade da companhia é intensificada pela rapidez com que os eventos se estão movendo. [...] Na engenharia, na fabricação, na pesquisa, nas vendas, no treinamento, na seção de pessoal, em todos os departamentos e filiais da companhia pode-se observar a aceleração das tomadas de decisões. [...] Os resultados desta aceleração generalizada do metabolismo da companhia são múltiplos: ciclos de vida mais curtos do produto, mais empréstimos e arrendamento, compra e venda mais frequente, padrões de consumo mais efêmeros, mais negociações e trabalho legal, mais mudanças no apreçamento, mais mudanças de emprego, mais dependência de dados, mais organização *ad hoc* – tudo exacerbado pela inflação. (TOFFLER, 2003, p. 24, 28, 229-233).

Ao ensejo da “crise de identidade da companhia”, mencionada por Alvin Tofler, calha citar as três concepções distintas de identidade exploradas por Stuart Hall: a) sujeito do Iluminismo; b) sujeito sociológico e o c) sujeito pós-moderno (HALL, 2006, p. 10).

O sujeito do Iluminismo é aquele dotado da razão, cujo centro essencial do “eu” reside na identidade de uma pessoa, constituindo, pois, uma concepção altamente “individualista” do sujeito e de sua identidade.

Já a noção de sujeito sociológico condiz com o aumento da complexidade do mundo moderno e a consciência de que o “núcleo interior do sujeito não era autônomo e autossuficiente, mas baseado na relação com “outras pessoas importantes para ele”, responsáveis pelo compartilhamento dos valores de sua cultura. Para o autor, “De acordo com essa visão, que se tornou a concepção sociológica clássica da questão, a identidade é formada na ‘interação’ entre o eu e a sociedade”. Nessa ótica, o sujeito se “costura” à estrutura, estabilizando “tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis.” (HALL, 2006, p. 11).

Por fim, o sujeito da pós-modernidade é aquele que está, hoje, testemunhando a fragmentação de sua identidade em várias outras, muitas vezes contraditórias e não resolvidas. A sua conformidade à cultura vigente, igualmente, está entrando em colapso, em face das drásticas mudanças estruturais e institucionais em contínuo processamento na hodierna fase histórica. Nessas circunstâncias, a identidade do sujeito resulta volúvel, pois em contínua transformação com relação “às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam.” (HALL, 2006, p. 12-13).

Stuart Hall arremata:

> A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2006, p. 13).

Nessa linha, a empresa, como fenômeno jurídico-sociológico que adentrou o século XXI, se encontra, por essa razão, inserida nesta nova etapa da modernidade (ou pós-modernidade, ou pós-industrialismo, ou terceira onda), dai a inteligência de que se a conceba cada vez mais como instituição comprometida com os plúrimos valores e necessidades da sociedade atual.

Mas os desencontros dessa encruzilhada são significativos. As empresas são organizações cuja estrutura, soberanamente, visa o lucro. Quando societárias, a exploração de

uma atividade econômica somente se viabiliza mediante a união de pessoas em torno de um mesmo objetivo (o lucro), impondo-se uma estrutura própria para a sua consecução (sociedade empresária).

Além disso, o grande avanço tecnológico do século XX diversificou os bens de consumo. Organizações foram criadas e aperfeiçoadas com a finalidade de induzir ao consumo. No novo cenário mundial, o lugar de destaque é ocupado pelos interesses econômicos, os quais influenciam as decisões políticas cujos efeitos, por sua vez, incidem sobre todos os demais setores da sociedade. Em suma, a lei que vigora em quase todo o mundo é a de mercado. Nesse contexto, as estruturas empresariais galgam posição de proeminência na atual economia capitalista, por visarem produzir mais, aperfeiçoando a relação custo/benefício e mantendo um padrão de qualidade na busca do lucro.

Consoante José Renato Nalini, o mundo das organizações sociais do século XX é weberiano. Mas, gradualmente, o poder das grandes organizações, fortemente estruturadas e burocráticas, começou a perder a sua força, surgindo os micropoderes, constituídos por atores pequenos, desconhecidos ou até insignificantes que encontraram modos de se opor, minando ou frustrando as megapotências que antes controlavam os seus âmbitos de ação. Tais fenômenos podem representar o esgotamento da burocracia weberiana, o sistema de organização que produziu os benefícios e também as tragédias do século XX. Se o Poder Público é rançoso por excelência, a empresa, na pós-modernidade, pode melhor perceber as transformações decorrentes do fracionamento da população em inúmeros micropoderes de interesses diversificados (trabalhadores, consumidores, autônomos, aposentados, minorias étnicas, vegetarianos, donas de casa, etc.), todos com as suas associações de interesse e os seus grupos de pressão (NALINI, 2015, p. 406).

Essa remodelação do poder acaba por também remodelar o consumidor e a sociedade em geral, os quais passam a exigir da empresa padrões cada vez mais elaborados. A capacidade de produção das primeiras décadas do século XXI não terá tanta relação com limitações tecnológicas, mas com o apoio público ao uso das novas tecnologias. O futuro da empresa depende de sua fidelidade a políticas comunitárias de prestígio. Ninguém quer comprar de um fabricante que explora mão de obra infantil, ou se utiliza de madeira extraída da Floresta Amazônica, ou que se utiliza de tecnologias ambientalmente incorretas (NALINI, 2015, p. 414).

Para Alvin Toffler, todos esses fatores conjunturais acabam por exigir não só modestas mudanças nesta ou naquela política empresariais, mas também uma profunda

redefinição de seus propósitos, fator que maximiza a crise de identidade das organizações empresariais na atualidade:

> Através da era da Segunda Onda as companhias têm sido vistas como unidades econômicas e os ataques a elas têm focalizado essencialmente questões econômicas. Os críticos atacavam-nas por pagarem pouco aos trabalhadores, cobrarem demais aos fregueses, formarem cartéis para fixarem preços, fazerem mercadorias de péssima qualidade e mil outras agressões econômicas. Mas por mais violentos que fosse, a maioria destes críticos aceitavam a autodefinição da companhia e partilhavam a opinião da empresa como uma instituição inerentemente econômica. Os críticos da empresa da atualidade partem de uma premissa totalmente diferente. Atacam o divórcio artificial da economia da política, da moralidade e das outras dimensões da vida. Sustentam que a companhia é crescentemente responsável, não apenas por sua performance econômica, mas também por seus efeitos colaterais sobre tudo, desde a poluição do ar ao estresse do executivo. As companhias são assim assaltadas por envenenamento por amianto, por usarem populações pobres como cobaias em ensaios de drogas, pela deturpação do desenvolvimento do mundo não-industrial, por racismo e discriminação sexual, por sigilo e fraude. São postas no pelourinho por apoiarem regimes ou partidos políticos condenáveis, de generais fascistas no Chile e racistas na África do Sul ao partido comunista na Itália. O que está em questão aqui não é se tais acusações são justificadas – todas, com demasiada frequência, o são. O que é mais importante é o conceito das companhias que elas implicam. Pois a Terceira Onda traz consigo uma crescente demanda de uma espécie inteiramente nova de instituição – uma companhia não mais responsável apenas por fazer lucro ou produzir mercadorias, mas por simultaneamente contribuir para a solução de problemas extremamente complexos, ecológicos, morais, políticos, raciais, sexuais e sociais. Em vez de se prenderem a uma função econômica vividamente especializada, a companhia, espicaçada pela crítica, a legislação e seus executivos interessados, está se tornando uma instituição de múltiplos fins. (TOFFLER, 2003, p. 237).

Conforme o autor citado, são basicamente cinco as mudanças revolucionárias na sociedade que estão influindo a empresa para lhe dar uma nova forma multifacetada e multiproposital.

A *primeira* delas decorre do meio-ambiente, o qual envia sinais de alarma – poluição, desertificação, sinais de contaminação tóxica nos oceanos, sutis alterações no clima. Tais advertências climáticas exprimem que não se pode mais organizar a produção como se fazia durante o passado industrial, chamado pelo autor, como já vimos, de “Segunda Onda”. Conforme Robert Henry Srour:

> [..] a pegada ecológica está pondo em risco a habitabilidade do planeta: estamos gastando mais recursos naturais do que a capacidade de autorregeneração da natureza, e seus efeitos devastadores são visíveis na mudança climática, na poluição crescente do ar, do mar e da terá, e no “prazo para terminar” de muitas matérias-primas. Segundo ArminReller, da universidade de Augsburg, faltam 13 anos para o índio acabar (telas de TV), 29 para o fim da prata (joias), 30 para o antinômio (remédios), 40 para o estanho (soldas e latas) e 42 para o chumbo (baterias e tubulação). (SROUR, 2014, p. 35).

A empresa, na condição de organizadora da produção econômica, também é uma central "produtora" de impactos ambientais. Assim, ela deve assumir voluntariamente a responsabilidade de converter impactos ambientais de negativos em positivos ou será compelida a assim o fazer, pois as condições mudadas da biosfera o tornam imperativo. A empresa está sendo, pois, transformada em uma instituição tanto ambiental como econômica – não por generosos ecologistas radicais, ou burocratas do governo, mas por uma mudança material na relação da produção com a biosfera.

A *segunda pressão* provém da ampliação da organização da sociedade, acondicionada por uma massa crescente de associações bem organizadas, frequentemente bem fundadas: agências, sindicatos profissionais e outros agrupamentos. Nesta "sociosfera" densamente apinhada, toda a ação empresarial tem impactos repercussivos não mais apenas sobre indivíduos solitários e passivos, mas sobre grupos organizados, muitos deles com equipes profissionais, imprensa própria, acesso ao sistema político e recursos com que contratar peritos, advogados e outros modos de assistência.

O associativismo conduz milhões de pessoas a se engajarem nas causas que guardam pertinência com seus interesses e objetivos. É um fenômeno contemporâneo profícuo porque o indivíduo sozinho raramente consegue transmitir sua vontade com ampla visibilidade social e tampouco fazer prevalecer o seu ponto de vista. Frente ao crescimento do associativismo, a "poluição social" produzida na empresa na forma de desemprego, ruptura da comunidade, mobilidade forçada e coisas parecidas, é percebida imediatamente e fazem-se pressões sobre ela para que assuma responsabilidade muito maior do que nunca, tanto por seus "produtos sociais" quanto econômicos.

A *terceira pressão* decorre da elevação do fluxo de informações decorrente da desmassificação da sociedade. Como a informação se torna central para a produção, a empresa, por necessidade, exerce tanto impacto no ambiente informacional quanto no físico e social. A nova importância da informação leva a conflito pelo controle de dados empresariais – batalhas sobre a revelação de mais informação ao público, reclamações por contas em aberto (de produção de companhia de petróleo e algarismos de lucros – aqui entrando a questão dos bônus milionários de executivos, por exemplo), mais pressões por "verdade em propaganda" ou "verdade em crédito".

A *quarta pressão* sobre as empresas nasce da política. A diversificação da sociedade é refletida na diferenciação de governos e cada empresa deve, por conseguinte, interagir com cada vez mais unidades políticas especializadas, de modo que ela se encontra cada vez mais envolvida com política – local, regional, nacional ou mesmo transnacional.

Finalmente, surge uma *quinta pressão* que afeta todas as instituições – inclusive a empresa. Esta é uma pressão moral acentuada. A postura ética da empresa é olhada crescentemente como tendo um impacto no sistema de valores da sociedade, a exemplo do ambiental, informacional e político (TOFFLER, 2003, p. 238-240).

Estas mudanças generalizadas evidenciam que a empresa não mais é apenas uma organização econômica. Nesta ótica, e empresa é vista como uma *instituição* de múltiplos fins porque passa a ter mais "produtos" de longo alcance, tirante os imediatos da função empresarial – produtos ambientais, sociais, informacionais, políticos e morais, não, pois, apenas econômicos. Essa ampliação de "produtos" trouxe, consequentemente, o surgimento dos *stakeholders*, que são todas as partes interessadas com que a empresa tenha um percurso exitoso: acionistas, empregados, fornecedores, consumidores, parceiros, os governos, a sociedade, bem como as associações e os órgãos de proteção de interesses específicos, como os ambientalistas e os de defesa do consumidor. E nem poderia ser diferente: pelo *perfil institucional ou corporativo*, a empresa é vista como o resultado da organização do pessoal, formado pelo empresário e por seus colaboradores.

Sobre essas partes interessadas (*stakeholders*), Ricardo Lupion cita,

> [...] célebre debate entre *Adolf Berle* e *Merrick Dodd* nos anos 30 do século XX, nas páginas da *Harward Law Review*, a respeito das responsabilidades dos gestores das empresas, seus acionistas e de outros grupos, como funcionários, clientes e comunidades. *Berle* defendia que os deveres fiduciários exigem dos gestores das empresas agirem em nome e em benefício exclusivo de seus acionistas, e *Dodd* sustentava que essa posição ignora as partes interessadas – empregados, clientes, fornecedores e comunidade – e que os gestores das empresas deviam a sua lealdade à entidade corporativa, como fiduciários para a instituição e não para os seus membros, posição que também passou a ser adotada por *Berle* nos anos 50, quando escreveu *The 20th Century Capitalist Revolution*. (LUPION, 2013, p. 40).

Conforme Lupion, esse debate histórico se travou em razão da decisão de uma empresa petrolífera de adquirir um navio para o transporte de petróleo, devendo escolher entre um de navio de casco único ou um de casco-duplo baseada apenas no menor preço. Contou que certamente o primeiro custaria menos do que o segundo, mas faltariam requisitos de segurança aptos a evitar ou atenuar um acidente ambiental. No original:

> Dod questioned Berle's solution, namely, fiduciary duties requiring corporate managers to act on behalf of and for the sole benefit of the company's shareholders. This ignores corporations' other stakeholders such as labor, customers, and the general public, Dodd wrote. (SNEIRSON, [2007], p. 440-445 apud LUPION, 2013, p. 40).

O advir destas novas feições da empresa, em contraposição à ideia de que o seu único escopo seria o econômico – fulcrado na busca do lucro – parecem atender às conclamações de Alain Touraine que, na obra "Crítica da Modernidade", expõe o reconhecimento da importância do indivíduo contra a lógica do mercado e do poder, o enaltecimento do "Sujeito" em face da "Razão" moderna estabelecida, como a melhor forma de impedir a fragmentação da sociedade moderna.

Para o autor, a "Razão" hoje posta é a da economia de mercado, a qual subjuga os indivíduos – agentes sociais – ao sistema, à normalização e à padronização que, após terem destruído a autonomia dos trabalhadores, se estende ao mundo do consumo e da comunicação, submetendo cada um aos interesses de um todo. Ao desenvolver sua tese, Touraine tece profundas críticas à acentuada sobreposição dessa "autoridade racional" da modernidade em detrimento do indivíduo (TOURAINE, 1994, p. 10-11).

Touraine indaga se não será essa modernidade "cega ao reduzir a sociedade a um mercado, não se preocupando, nem com as desigualdades por si provocadas, nem com a crescente destruição do seu ambiente natural e social?". Para o autor, insta libertar a modernidade da tradição histórica que a reduziu à racionalização e introduzir nela o tema do sujeito pessoal e da subjetivação, estimulando-se o diálogo entre a "Razão" e o "Sujeito", pois, "Sem a Razão, o Sujeito encerra-se na obsessão de sua identidade e, sem o Sujeito, a Razão torna-se instrumento de poder." (TOURAINE, 1994, p. 14).

Nessa nova realidade, se encontra suplantada a imagem da empresa da fase industrial, qual seja, a de um papel secundário consistente em um mero terreno de luta de classes, movimento operário que opunha o trabalho proletário ao lucro capitalista. Para Touraine, a empresa, na fase pós-industrial, deixa de ser considerada como mera expressão concreta do capitalismo, figurando como um genuíno agente econômico e de propagação tecnológica e, portanto, ostentando um papel altamente estratégico em um mercado internacional cada vez mais competitivo. A racionalidade e a luta de classes ficaram para trás, repousados aos seios da modernidade clássica. Hoje, na pós-modernidade, a gestão de mercados e de tecnologia é o que melhor define a empresa (TOURAINE, 1994, p. 170-171).

Defende o autor, pois, que todas as organizações políticas e sociais devem redescobrir o "Sujeito" na penumbra das racionalidades que fizeram o mundo girar na modernidade clássica: o capitalismo, consumismo massivo, a busca desenfreada de lucros, a concentração desmedida de recursos, etc., todos fatores que, na verdade, correspondem a uma lógica de poder, e não à lógica da razão. Nas suas palavras, "A modernidade é refratária a todas as formas de totalidade, e é o diálogo entre a razão e o Sujeito, que não pode dissipar-se

nem chegar ao fim, que mantém aberto o caminho da liberdade." (TOURAINE, 1994, p. 442-443).

Não há como deixar de se reconhecer um paralelo entre o enaltecimento do "indivíduo" e o "sujeito" de Touraine com o valor da dignidade humana erigida como fundamento do Estado no art. 1º da Constituição da República Federativa do Brasil, juntamente com a soberania, o trabalho, o pluralismo político e a iniciativa privada, os quais, associados ao princípio da função social da propriedade, constituem valiosos elementos para se compreender o princípio da *função social da empresa*.

É que a empresa, considerada em seus perfis objetivo, subjetivo, funcional e *institucional*, embora tenha como escopo primordial a busca de lucro em um regime de livre iniciativa, também agrega valores caros à sociedade: manutenção de postos de trabalho, aquecimento econômico decorrente da circulação de bens e serviços que proporcionam recolhimento de tributos, aprimoramento tecnológico do país, etc.

Nesta ótica, a empresa, hoje, não mais trilha apartada dos elementos determinados pelas realidades social, política e econômica. Esses fatores precisam ser coordenados entre si para aperfeiçoarem uma estrutura econômica organizada e eficiente que melhor vá ao encontro da miríade de anseios da atual sociedade, a qual, por sua vez, nunca antes no curso da história experimentou tão complexa crise de identidade como hoje.

Portanto, frente a esta encruzilhada de encontros e desencontros de toda ordem, a busca por uma trilha que aproxime os fins da empresa aos clamores da sociedade é um desafio cuja premência deve despertar o interesse de toda a comunidade, em especial a jurídica.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O princípio orientador supremo das empresas sempre foi o da maximização do lucro. Na velha ótica de Adam Smith, se cada um corresse atrás de seu próprio interesse, em um livre mercado, o resultado seria uma maior eficiência produtiva e, por conseguinte, o crescimento da riqueza nacional e do bem-estar de todos. Nessa ideologia, a única função da empresa consistiria na satisfação dos interesses dos sócios ou acionistas e o seu encontro com a sociedade se daria, unicamente, pelo funcionamento das atividades econômicas de prestação de produtos ou serviços úteis à população.

Mas, como foi demonstrado, nas últimas décadas, essa visão de mundo passou a perder suas forças com o surgimento de uma nova cultura corporativa na qual a ética e o respeito à função social passaram a integrar o foco das decisões empresariais. Hoje, acentua-

se a necessidade de a empresa agir com integridade, probidade, transparência e respeito a todas as partes interessadas na sua atividade econômica (*stakeholders*).

Para as concepções iluministas dos séculos XIX e XX, um racionalismo sustentado no liberalismo econômico seria o bastante para garantir o progresso da humanidade, com o aumento da produtividade, da riqueza material e da felicidade do homem. Nessa visão, a natureza, por exemplo, era tida como uma mera fonte de matérias-primas que poderia ser aproveitada sem quaisquer restrições. Mas a ulterior sensibilização para a "pegada ecológica", como visto no segundo capítulo, propiciou severa modificação desta concepção, imbuindo a ação empresarial com o compromisso pelo desenvolvimento econômico ambientalmente sustentável e propagando a inteligência de que uma causa por um mundo melhor não transforma a empresa em uma entidade de assistência social.

A postura de transformação do negócio em uma empresa com o viés institucional, nos moldes como retratado no presente trabalho, reconhecedora de sua responsabilidade social, constitui inegável fator de fortalecimento de sua imagem e atratividade, além de propiciar um potencial maior comprometimento dos empregados por meio de sua lealdade e identificação com os ideais transparentes da organização. Com relação aos clientes, estabelecer-se-á uma louvável empatia e, perante o Estado e a comunidade, a sua crescente legitimidade social.

Em suma, o presente trabalho sustenta que a empresa, na pós-modernidade, pode e deve escolher um caminho que cada vez mais se afine com os interesses da sociedade - consumidores, fornecedores, parceiros, organizações comunitárias e demais colaboradores - que, por sua vez, está cada vez mais ativa e vigilante acerca das políticas e culturas corporativas. A escolha por um maior encontro de interesses entre a empresa e a sociedade resultará em um significativo impacto social, viabilizando, de um lado, a perenidade das empresas e, de outro, a pacificação social, a proteção do meio ambiente e, de viés, a própria habitabilidade humana no planeta Terra.

REFERÊNCIAS

BERTOLDI, Marcelo M.; RIBEIRO, Márcia Carla Pereira. **Curso Avançado de Direito Comercial**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

BRASIL. **Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em: 03 jun. 2016.

BRUSCATO, Wilges. **Manual de Direito Empresarial Brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2011.

COELHO, Fabio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial**. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. v. 1.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LUPION, Ricardo. Função Social do Contrato Empresarial. **Revista Síntese Direito Empresarial**, São Paulo, v. 6, n. 35, p. 38-51, nov./dez. 2013.

MARTINS FILHO, Giovani Magalhães. O Provável Confronto entre Alberto Asquini e Ronald Coase: uma análise dos perfis da empresa a partir da Teoria da Firma. In: ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI, 19., 2010, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: CONPEDI, 2010. Disponível em: <http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/fortaleza/3353.pdf.>. Acesso em: 24 set. 2015.

NADER, Paulo. **Introdução ao Estudo do Direito**. 34. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2012.

NALINI, José Renato. **Ética Geral e Profissional**. 12. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

NEGRÃO, Ricardo. **Manual de Direito Comercial e de Empresa**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. v. 1.

RAMOS, André Luiz Santa Cruz. **Direito Empresarial Esquematizado**. 3. ed. São Paulo: Método, 2013.

REALE, Miguel. **Filosofia do Direito**. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

SROUR, Robert Henry. **Casos de Ética Empresarial**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsever, 2014.

TOFFLER, Alvin. **A Terceira Onda**. Tradução de João Távora. 27. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

TOMAZETTE, Marlon. **Curso de Direito Empresarial**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. v. 1.

TOURAINE, Alain. **Crítica da Modernidade**. Tradução de Fátima Gaspar e Carlos Gaspar. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.