



O COMPLIANCE EMPRESARIAL E A ÉTICA EMPRESARIAL - UMA ANÁLISE À LUZ DA OBRA DE NEWTON DE LUCCA¹

JULIANO DEFFUNE FLENIK²

PRISCILA NASCIMENTO GIUBLIN GOMES DE SOUZA LUZZ³

RESUMO

O presente trabalho busca através da obra de Newton De Lucca intitulada “da Ética Geral à ética empresarial”, traçar um novo paradigma da atividade empresarial, seja esta a chamada empresa cidadã. Nesse novo contexto empresarial, o modelo buscado visa à conglobância da atividade empresarial aliadas à valores intrínsecos e comportamentos extrínsecos que envolvam esse novo papel empresarial afim de consecução de protagonismo social da empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Compliance, Direito Empresarial, Empresa Cidadã, e Cidadania.

THE BUSINESS COMPLIANCE AND THE BUSINESS ETHICS – AN ANALYSIS IN THE LIGHT OF NEWTON DE LUCCA WORK

ABSTRACT

The present work searches through the work of Newton De Lucca entitled "From General Ethics to Business Ethics", to draw a new paradigm of business activity, be it the so-called citizen company. In this new business context, the model sought is aimed at the conglomeration of business activity combined with intrinsic values and extrinsic behaviors that involve this new entrepreneurial role in order to achieve the company's social role.

KEY-WORDS: Compliance, Business Law, Citizen Company, and Citizenship.

1. INTRODUÇÃO:

A ética é um elemento que desafia o ser humano, em todas as suas épocas, o que impõe cada vez mais conceituar, prescrever e aprimorar o conceito de ética, tornando um elemento de fácil compreensão, capaz de envolver um “novo” ser humano profundamente

¹ LUCCA, Newton De, Da ética Geral à Ética Empresarial – São Paulo; Quartier Latin, 2009.

² Advogado, membro da comissão de direito tributário da OAB/PR, Membro da Comissão de Compliance da OAB/PR, Mestrando em Direito Empresarial na Unicuritiba - em Atividade Empresarial e Constituição: inclusão e sustentabilidade. Especialista em Direito Penal e Criminologia - pelo Instituto de Criminologia e Política Criminal, Universidade Federal do Paraná, Especialista em Direito Processual Penal pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUC-PR.

³ Advogada, especialista em Direito Penal pelo Centro Universitário de Curitiba, mestranda em direito empresarial: inclusão e sustentabilidade pela Unicuritiba.



deslocado de valores na sociedade moderna, bem como, direcionar a atividade empresarial voltada para a cidadania.

Tais disposições, embora, afeta à um panorama de dissociação de valores, da figura humana, e à uma dissociação de valorização da prática desses valores, conduzem a sociedade, e o ser humano à caminhos de indiferenças frente aos desígnios de sobrevivência que lhe são impostos. Tal dissociação se deve ao recrudescimento do elemento volitivo do comportamento humano e da sociedade.

A este comportamento, contudo reflexivo da era que vivemos, reverbera de forma contundente na estrutura empresarial, constituída sobre a postura humana, que não raras vezes, também vem contaminada pelas distorções ético-morais que afligem o ser humano.

Nessa estrutura humana da empresa, vemos com muita clareza o comportamento empresarial elevado à uma nova dimensão capaz de dar concretude aos valores sociais encontrados na Constituição Federal. Este novo comportamento empresarial está “conformando” o novo cenário de atuação das empresas, tornando-as verdadeiros agentes de pacificação social. A figura humana dentro das empresas, são compreendidas como verdadeiros capital de investimento na atividade fim desta empresa, sendo que os benefícios transbordam a atividade fim, e chegam à uma mudança cultural de dentro para fora da estrutura empresarial.

Nessa ultrapassagem da barreira da conduta humana, o mundo jurídico se vê frente à frente cada vez mais, com situações de impendem de uma análise interpretativa e integrativa da ética e da moral, inclusive, como solução ao litígios contemporâneos, intra e extra corporativo.

Sabedores, das críticas acerca da valoração moral, para solução de litígios, certo é, que há um movimento altruísta no que tange à análise ético moral, e ao que se demonstra irreversível nesse sentido, de tangenciamento valorativo da atividade empresarial, na concretização de seu objeto societário.

Dentro desse novo contexto, parece que o novo contexto parece revelar “em que sentido a ética seja entendida como norma de conduta conducente ao bem, seja como dever ideal..” (LUCCA, 2009, PG. 313).

Claro que a conformidade ética, em nossa atualidade comporta uma gama muito grande de conceitos e julgamentos, que transbordam a análise propriamente do conceito de



ética. A grandeza da discussão demonstrada por esse novo cenário, revela acima de tudo “a mudança de comportamento ético, pela prática reiterada” (LUCCA, 2009, pg. 313) de posturas empresariais sejam estas endógenas, exógenas, bem como pela mudança do paradigma jurídico e legal, no espectro empresarial.

Nesse novo cenário, vemos que as dimensões da atividade empresarial sofreram, e ainda sofrem, portanto um alargamento filosófico, comportando um novo fundamento da atividade empresarial, seja pela dimensão moral, seja pela dimensão econômica, mas sobretudo pelo papel de agente social que a empresa cidadã passa a desenvolver.

2. CONCEITO DE EMPRESA E A PROFISSÃO DE EMPRESÁRIO

Com a mudança do paradigma do conceito de empresário adotado pelo Novo Código Civil de 2002, vemos uma substituição do vocábulo preconizado classicamente pelo Direito Comercial, de “comerciante”, pelo novo vocábulo trazido juntamente com o Direito empresarial, seja este de “empresário”.

Lucca (2009, pg. 314) assinala de forma incisiva “se é certo que o nosso Código Civil de 2002, em vigor desde 11 de janeiro de 2003, não conceituou a empresa, fazendo-o apenas com relação ao empresário no art. 966 segundo o qual: “ Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica e organizada para a produção ou a circulação de bens ou serviços”, apropriado então seria o Novo Código Civil conceituar a nova concepção de empresa.

Nessa dicotomia entre comerciante e empresário, fica patente que a condição empresarial se sobrepuja como conceito evolutivo e dinâmico dentro do direito brasileiro, envolvendo senão, também outras matérias afetas diretamente às questões societárias:

"Tal circunstância é muito bem mostrada pelo retrocitado Prof. Alfredo Assis Gonçalves Neto, como se pode ver: "De qualquer forma, a matéria que é objeto do direito de empresa, como já observei (itens XVIII e XIX supra), não se esgota no referido Livro. Há inúmeras leis especiais dispostas, não só sobre outros temas correlatos aos que nele são tratados, como também complementares às matérias ali inseridas, como é o caso da Lei 6.404/1976, que regula as companhias ou sociedades anônimas, e a Lei 5.764/1971, que dispõe sobre as cooperativas. Outros temas típicos da atividade empresarial" igualmente figuram em leis específicas, como a propriedade industrial, a falência e a recuperação de empresas etc. Levando em consideração todas essas situações, o próprio Código Civil estatuiu aplicarem-se aos empresários e sociedades



empresárias as disposições de lei por ele não revogadas explícita ou implicitamente, referentes a comerciantes ou a sociedades comerciais, bem • como a atividades mercantis."(LUCCA, 2009., pg. 317)

Assim resta patente que a figura a que nos importa portanto é a figura da empresa como figura jurídica ficta, com a união de pessoas e capital com o intuito de explorar atividade econômica, seja pela produção, ou pelo fornecimento de serviços. Dentro deste novo cenário tal colocação se faz de sumo importância, porque não se pretende penalizar a figura comercial, mas demonstrar que a atividade empresarial possui nova relevância, e, sobretudo uma relevância pautada na ética e na conduta moral, como agente catalisador social.

Nesse espectro tal conceituação, demonstra extremamente pertinente, eis porque a atividade empresarial, está em constante modificação, inclusive hoje existindo a figura do empreendedor individual, que também não escapa dessa nova dimensão ética da atividade empresarial.

Há que se fazer especial menção a figura do empreendedor individual, pois ali se aloca de forma mais patente a figura humana, com a atividade empresarial, que exerce sua função na obtenção de lucro, mas que necessita também como agente catalisador da sociedade agir de forma ética e moral.

Vejamos, portanto, que a dimensão humana da empresa se faz presente e mais clara, na figura do empreendedor individual, o qual possui papel de extrema importância para o desenvolvimento econômico, pois desenvolve atividade econômica, atua no mercado, produzindo, ou vendendo produtos ou serviços, gerando arrecadação ao Estado, e sobretudo, agindo com congruência ética e moral perante suas obrigações empresariais ante a sociedade.

Nestas relações empresariais, seja pelo micro-empendedor individual, seja pela sociedade anônima de lucro real, as responsabilidades para com o estado, para com o meio ambiente, para com o consumidor, de certa maneira são as mesmas. Assim, a ética e a conduta moral, em maior ou menor escala, é o fio indutor e condutor de boas práticas e de condutas de integridade em sua atividade fim.

Portanto, vê-se com certa clareza que a atividade humana, sendo a base da empresa estará sempre sendo subjugada sobre o crivo ético, seja esta uma grande empresa seja esta uma sociedade individual. Fato é que, a proliferação e o peso desse alargamento de conceito ético



empresarial toma uma autoridade que as vezes as palavras não podem exprimir. Sendo que, a melhor explicação seria de um novo compromisso social, ou um novo pacto social da atividade empresarial.

3. FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA:

Uma das questões mais controvertidas do Direito Empresarial diz respeito ao que chamamos de função social:

O Código Civil de 2002 silenciou, infelizmente, por inteiro acerca da função social da empresa, apenas cuidando, no art.: 421, da função SOCIAL do contrato. Caberia 'questionar, destarte, se não FALTADO algo mais a 'respeito daquilo que seria, efetivamente, uma concepção moderna da empresa, vale dizer, não mais aquela ideia clássica de que somente o empresário seria o verdadeiro produtor de bens ou de serviços, com os empregados não passando de seu mero instrumento. É claro que essa visão já se encontra completamente ultrapassada, mas faltam contribuições para que a nova concepção seja levada às últimas consequências. Por exemplo, todo, o problema da função social da empresa nós sabemos, continua sendo mais um exercício de retórica do que concreta, enquanto o poder de controle estiver exclusivamente; na propriedade do capital. (LUCCA, 2009, pg. 323)

Infelizmente, a celeuma gira em torno de sua abrangência, que o termo expõe, bem como de uma semântica que não comporta a precisão mais adequada ao que se quer delimitar. Como já citado acima, estamos diante de um novo compromisso social, um novo pacto, o qual precisa de efetividade em sua concretização. A função social portanto é a conglobância desse conceito, e sua efetiva materialização no direito brasileiro. Em um exercício de aproximação de conceitos, mas não meramente conceitual, há que se pensar na empresa como “agente social” como anteriormente dito, como “agente pacificador”, como “elemento catalisador da sociedade”. Cremos que seriam estes as verdadeiras funções sociais atribuídas à empresa.

Essa transcendência de conceitos se realiza não só pela promoção desses valores, mas também pelo apoio e mudança sócio comportamental dos trabalhadores e demais empresas, que a ajudam na atividade fim.

Essa cadeia de produção intrincada pela necessidade técnica, econômica e financeira, e administrativa, é que ramificam e estruturam a chamada função social da empresa. Dessa complexa estrutura socioeconômica é que, portanto nasce o lucro, é dessa complexa estrutura



que se distribui renda, é dessa complexa estrutura que se muda o comportamento social, sendo este portanto o último elemento dessa cadeia sócio econômica.

No contexto da Função social da empresa, de forma muito brilhante demonstra-se através do conceito de Responsabilidade Social, que esta assume “proporções muito maiores”:

Responsabilidade social significa algo, que nem sempre é a mesma coisa para todos. Para alguns, ela representa a ideia de responsabilidade ou obrigação legal; para outros, significa um comporta responsável no sentido ético; para outros, ainda, o significado transmitida' de 'responsável por', num modo causal. Muitos, simplesmente, toma pelo sentido de socialmente consciente", daí resultando o grande número, definições existentes. Seja como for, apesar do caráter multívoco da expressão, dúvida inexistente quanto ao seu caráter analógico, sempre no sentido de que se trata de imperativo categórico - para usar a dicção kantiana - para as empresas reconhecem seu indeclinável dever de atuar em benefício da comunidade qual se acham inseridas. (LUCCA, 2009, pg. 325)

Vejamos portanto, que a empresa deve ser vista como agregador de valor na comunidade onde está inserida, mas não pela obrigação social pura e simplesmente, mas como representante de um atividade “multívoca” e de reconhecido benefício social. Dentro desse espectro a função social toma portanto um novo direcionamento, seja pelo aspecto promocional social que à ela esta atrelada, seja pelo aspecto valorativo que esta promove.

Nesse diapasão entre postura empresarial e função social, vemos com muita clareza que a atividade empresarial pautada eticamente por condutas morais e pelo respeito ao ordenamento, se torna portanto o verdadeiro catalisador social necessário à concretização dos direitos sociais insculpidos na Constituição Federal.

Por outro lado, mas embora no sentido da atuação ética da empresa, há que se fazer, especial menção sobre o respeito à legalidade. Tal princípio de direito, a legalidade é limite e via a ser seguido pela conformação da função social da empresa, a qual mitiga eventuais infrações legais, simplesmente pela pauta ética que à conduz. Vejamos portanto que a inserção do elemento ético “a priori” conduz a propagação de prevenção à violações legais que possam trazer prejuízos à empresa. Desta feita a postura ética é senão elemento engajador da postura e do cumprimento da imperativo da norma como obrigação empresarial.

Corroborando inclusive a ordem jurídica, certo é também que a efetivação desses valores dentro da empresa, transformam o cenário econômico, transformam o mercado, e



estabelecem novas praticas que protegem a própria empresa de eventuais problemas de não conformidade legal. Acrescente-se ainda, que aqui reside o novo olhar do compliance empresarial, onde é retirar a atividade empresarial do espectro da desconformidade legal.

Vejam, que a desconformidade legal, é elemento estranho para a empresa com relevância ética em sua atividade. Ou seja, atuar eticamente, é além de ter preocupação social, mas é atuar conforme as normas legais, mitigando eventuais danos a empresa.

No contexto empresarial as dimensões da chamada responsabilidade social, portanto, ou função social da empresa, se expandem em direções diversas, as quais demonstram perspectivas internas e externas de conformação da atividade empresária, seja de cunho meramente administrativo, ou de conformação legal, com seu consumidor final e seus fornecedores, bem como o mercado, seus empregados e a sociedade.

Vejam, que a amplitude da ação ética da empresa revela, uma cobertura de todas as ações empresarias, que vão desde a sua realização empresarial, até a entrega de seu produto final, perquirindo ainda o trato ético na sua eficiência.

Nesse íterim, “Pode-se dizer que a eficiência não é só 'fazer as coisas bem', segundo as regras do mercado, mas é 'fazer as coisas boas' segundo princípios éticos.”(LUCCA, 2009, pg. 333)

Isso é o que chamamos em direito empresarial de “ciclo virtuoso de responsabilidade social, em um ambiente de Justiça Social.”(LUCCA, 2009, pg. 333). Essa é uma estratégia para demonstrar o papel que a empresa passa a ocupar com a carta Constitucional de 1988, onde o pós-positivismo engendra uma leitura Constitucional à luz dos valores inculpidos naquela matriz legal, na qual exerce um papel de protagonismo social.

4. POSSIBILIDADE DE UMA ÉTICA PARA A EMPRESA:

Diante de tudo o que foi exposto, nos parece, portanto ser possível a construção de uma ética empresarial capaz de conduzir a atividade comercial à um novo parâmetro:

Mas, a par das considerações de caráter moral, torna-se necessário investigar, também, se a ética empresarial constitui ou não um bom negócio para as empresas. Vejam a posição de alguns autores a respeito da matéria. O Professor José Henrique Silveira de Brito, por exemplo, assinala: "Ver na Ética um caminho para promover as empresas aos olhos da opinião pública não é uma fantasia, uma miragem. Uma empresa que põe em



primeiro lugar os seus clientes, que respeita o meio ambiente, que reconhece ter uma responsabilidade social, que se preocupa com a vida cultural dos seus trabalhadores, que está atenta a todos os que, direta ou indiretamente, têm alguma relação com ela, melhora a sua imagem e tira disso benefícios de diversa índole e, entre eles, benefícios econômicos. (LUCCA, 2009, pg.338)

Vejam, que esse parâmetro de abrangência empresarial deve ser perseguido, incessantemente, pois tornou-se um verdadeiro ativo da empresa o ambiente ético construído pela mesma. Acredita-se, portanto, que tais atividades mercantis são perfeitamente praticáveis através de uma “práxis” efetivamente voltada à princípios que conformam novamente uma preocupação à valores éticos de comportamento supramorais⁴.

No que tange às considerações morais, ou condutas moralmente relevantes, tornar-se necessário, uma observação do custo desta opção de conduta dentro das empresas. Fato é que, as condutas moralmente elevadas, demonstraram-se, como já dito anteriormente, ao longo do tempo, “ativos empresariais”, os quais tornaram as empresas verdadeiros objetos de desejos de investidores e trabalhadores.

Já no que tange aos custos, para implementação de programas de integridade, estes devem ser avaliados como forma de investimento pela empresa, a qual captara através desta nova face da empresa o retorno econômico pretendido, bem como os benefícios econômicos almejados.

No aspecto mercantil, a ética e moralidade empresarial, se vistos dessa forma, traduzem portanto despesas em um primeiro momento, mas demonstrariam verdadeiros investimentos no ativo intangíveis da empresa, que se incorporariam como valores de mercado na empresa. Esse investimento na mudança sócio-comportamental da empresa possui um valor de retorno maior visto que além do ambiente de trabalho mais hígido, a prevenção de riscos à integridade da empresa superam valores que eventualmente possam surgir em razão de riscos efetivamente gerados ou ocasionados por condutas não conformadas.

Vejam também que um ambiente equilibrado e pautado por valores mais elevados, traduzem um ambiente de segurança no trabalho, o que acarreta em aumento na produtividade.

⁴ Adota-se essa expressão de supramoralidade, na tentativa de elevar valores de comportamento calcado nas mais diversas morais existentes. Assim aportamos a supra moralidade a consecução do bem, em contra partida de uma moralidade sectária, propiciada geralmente pela religião, ou sistemas de controle social. Acrescente-se a supramoralidade, algo superior com valores estoicos e que possam convergir todos os outros sistemas morais a concreção da prática do bem comum.



O primeiro deles estaria relacionado com a diminuição dos custos referentes ao controle. Quando os recursos humanos estão motivados por um forte e saudável espírito ético, a empresa não necessita despende tantos recursos financeiros com os sistemas de vigilância da produtividade nem tampouco com relógios de ponto para controle de entrada e saída de seus funcionários. O segundo desses fatores, que se interpenetra necessariamente com o primeiro, diz respeito ao aumento da produtividade. É muito conhecida de todos aquela história de dois trabalhadores que executavam a mesma tarefa de britar pedras. Indagado sobre o sentido de seu mister, um dos trabalhadores respondeu mal-humorado que nada mais fazia do que quebrar aquelas mal-ditas pedras. O outro, ao revés, imbuído de motivação muito mais elevada, retrucou entusiasmado que estava ajudando a construir um templo ... Assim, "romantismos" à parte, é razoável imaginar-se que um trabalha-dor que consegue vislumbrar, em sua atividade, um dever moral que por ele está sendo cumprido, realize suas tarefas de maneira bem diversa da que faz aquele que apenas considera estar labutando para prover os meios necessários à própria subsistência e à da sua família? A resposta só poderá ser afirmativa ou, pelo menos, deve ser tida por irrenunciável a ideia de que ela possa ser afirmativa. (LUCCA, 2009. PG. 339)

Do mesmo modo, ao interpretar-se a atividade empresarial ética e responsável como ativos intangível da empresa, vejamos, que dessa consequência e em virtude de elementos de confiança e segurança comercial que estas revelam no trato mercantil com seus clientes e investidores, a dimensão mercantil alarga-se, revelando benefícios de ordem econômica:

Uma empresa hígida merece confiança no trato financeiro, e estando esta empresa hígida financeiramente, o “mercado” à olha como sendo um bom parceiro comercial. Isto resulta em credibilidade no mercado e “ratings” cada vez maiores gerando uma elíptica positiva e dinâmica no crescimento da empresa.

Essa preocupação e essa política de credibilidade somente demonstram a estabilidade da empresa e sua confiabilidade, o que resulta inexoravelmente, para ela e seus parceiros econômicos novos negócios e lucros. Esses resultados são reflexos do amadurecimento e da vivência dos processos empresariais que conduzem a empresa a ser esse novo elemento catalisador da sociedade.

No aspecto do âmbito de trabalho interno, estas empresas que conformaram uma ética empresarial mais profunda em seu ambiente de trabalho, verificaram que este aspecto se tornou um objeto de desejo para pessoas que queiram trabalhar e necessitam de trabalhar comungando deste mesmo parâmetro de respeito e admiração.

Contextualmente, as empresas então começam a ser buscadas pelas melhores cabeças do mercado, e então revela-se que aquele ambiente eticamente saudável, não se torna mais um



elemento empresarial, mas um objeto de desejo do trabalhador, que busca cada vez mais respeito, ambientes de trabalho mais equilibrados e remuneração condizentes.

Vejam os então que elementos como o RH das empresas, bem como produtividade, e ou mesmo fiscalização, começam a verificar que esse “ativo empresarial chamado ética” começa a ser uma mola propulsora de atitudes positivamente “corretas”.

5. A FUNÇÃO DOS CHAMADOS CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EMPRESARIAIS.

Compulsando as diversas opiniões sobre o assunto, verificamos em suma que em grande maioria dos escritores, referem-se aos códigos de ética empresariais como forma de afirmar um “compromisso social”:

O código de ética ou de compromisso social é um instrumento de realização da visão e missão da empresa, que orienta suas ações e explicita sua postura social a todos com quem mantém relações. O código de ética e/ou compromisso social e o comprometimento da alta gestão com sua disseminação e cumprimento são bases de sustentação da empresa socialmente responsável. (LUCCA, 2009, pg. 346)

Nesse contexto de ética corporativa com a sociedade, surge uma consequência lógica de tudo isso: um compromisso social de não lesão. Este compromisso se deve primeiramente pela forte ânsia social de ver uma sociedade evoluída em termos de cidadania e civilidade. Tal necessidade social é fruto de ausência de parte da concreção de direitos fundamentais e sociais. Essa consciência moral, trazida pela realidade pós-mercado, designa portanto o que já chamamos anteriormente de novo pacto social.

Pode-se afirmar portanto, que a concretização de códigos de condutas revelam parâmetros institucionalizados por esse novo pacto social, que balizam as posturas internas e externas da empresa publicizando de forma clara quais são as missões, valores e visões daquela instituição, com a sociedade a qual está inserida.

Modernamente, estes códigos possuem um peso muito grande diante da complexidade empresarial, pois demonstram para aqueles que a contratam, ou para aqueles que trabalham nela, que os valores ali publicizados tornam-se patrimônio empresarial devendo



portanto aqueles que a integram cultivar consequentemente tais valores, interna e externamente à empresa.

A eficácia destes códigos possuem uma abrangência enorme, visto que as condutas passam a ser então conformadas com estes valores, dando portanto um peso maior nas posturas administrativas empresariais e laborais conduzindo agentes e colaboradores a uma efetiva aplicação destes valores estimulando a vivência do seu conteúdo.

Essa responsabilidade mútua de empregadores e empregados, criam portanto um novo cenário infralegal, que muito embora estas normas de conduta e código morais de integridade, sejam realizadas de modo muito particular, e criam obrigações meramente entre as partes, contudo, o que se percebe-se é que o novo parâmetro a ser seguido, passam a conformar a conduta de todos os envolvidos naquela empresa, inclusive de modo a modular o comportamento realizado fora da empresa.

Em que pese as aspirações estóicas dos códigos de integridade e conduta interna das empresas, certo é que aqui reside uma celeuma acerca da aplicabilidade dos códigos de condutas praticados pelos colaboradores fora da empresa: há que se fazer esse alerta, pois embora a conduta perpetrada por empregado não afete diretamente a empresa, certo é que a figura daquele empregado “se” vinculado ao ato praticado, a imagem da empresa poderá ficar maculada.

Por outro lado, verifica-se um exagerado grau de publicização das relações privadas, o que pode trazer ao direito privado, o que poderia também traduzir uma violação à intimidade de forma irreversível. Assim, o que não se pode perder de vista, é que a implantação dos chamados códigos de conduta. fazem parte desta nova realidade empresarial, liderando um movimento para a prática de boas condutas dentro e fora da empresa.

Finalmente, a concretude desses códigos de éticas então revelam não somente os princípios morais prevalentes, mas demonstram sobretudo um agir, conforme o bem-estar da coletividade no âmbito da qual essa atividade empresarial esteja insere.

6. CONSIDERAÇÕES SOBRE A CONVENIÊNCIA DA ELABORAÇÃO DE UM CÓDIGO DE ÉTICA POR PARTE DAS EMPRESAS.



A experiência brasileira esta repleta de exemplos que propiciam uma análise aprofundada dos códigos de ética nas empresas. Claro, que a análise não se subsume somente à isso, mas também, e sobretudo, se estas condutas implantadas são seriamente levadas à risca e praticadas nas empresas.

Dessa dicotomia entre a criação e a prática de valores éticos nas empresas, existe uma distância abissal a qual é revelada especificamente em momentos de crise. Tal qual nossa realidade brasileira recentemente demonstrou, algumas das empresas envolvidas em escândalos de corrupção, já possuíam códigos de condutas implantados, e pior, tais violações se mostraram, ser praticadas nos altos escalões das empresas envolvidas.

De outro lado, parece evidente que um código de ética não deve ser usado como disciplina destinada a punir os empregados que, porventura, venham a descumpri-lo. Tal distorção é igualmente identificada pela retro cita-da autora, in verbis: "Outra tendência das empresas é atribuir deveres aos funcionários, sem que a empresa expresse seu compromisso e responsabilidade para com todos os seus públicos. Assim, para que seja um instrumento recíproco entre indivíduos e empresas, é necessário que as responsabilidades atribuídas aos funcionários correspondam às responsabilidades da empresa. A alta direção deve ser a primeira a adotar as práticas éticas, pois, se ela assim o faz, essa é a melhor forma de estimular os outros níveis hierárquicos a agir semelhantemente." (LUCCA, 2009, pg. 349)

Desta forma, o que se parece razoável é senão a demonstração da adoção de códigos internos que abranjam a empresa de forma verticalizada, tornando o exemplo do mais alto escalão, à aquele que esta na base empresarial.

Bem sopesados os argumentos favoráveis e contrários à adoção de um - código de ética por parte das empresas parece mais razoável a conclusão de que eles podem ser efetivamente úteis para todos. Vejam-se, a seguir, as conclusões de alguns autores que se dedicaram, especificamente, ao estudo do tema. Joaquim Manhães Moreira, inteiramente favorável à tese da oportunidade da adoção de um código de ética, assim se pronuncia: "O Código de Ética tem a missão de padronizar e formalizar o entendimento da organização empresarial em seus diversos relacionamentos e operações. A existência do Código de Ética evita que os julgamentos subjetivos deturpem, impeçam ou restrinjam a aplicação plena dos princípios: Além disso, o Código de Ética, quando adotado, implantado de forma correta e regularmente obedecido,, pode constituir uma prova legal da determinação da administração da empresa, de seguir os preceitos nele referidos."(LUCCA, 2009, pg. 349)



Vejam, portanto, que há uma ligação umbilical e verticalizada dos princípios materializados nos códigos de ética das empresas. Seja através do bom exemplo de seus diretores, e pela austeridade financeira, certo é que a constituição destes termos éticos e a sua vivência, constroem implicitamente a coerência interna necessária ao cumprimento destes valores.

Cumpra acrescentar, que todos ajam eticamente independentemente, da posição que ocupam. Dessa forma, implementa-se um nível gerencial, e de responsabilidade que é guiado pela formação do exemplo interno da empresa que se espalha também de forma horizontal, independentemente do cargo ocupado. Este ambiente de estabilidade e pautado em valores reforçam as preocupações com o modo de agir destes agentes.

Esta disposição, não é por acaso, mas realizada de forma proposital, para incentivar, motivar e premiar condutas merecedoras de elogios. Portanto, tais valores não se adquire, nem mesmo se impõem. Tais valores devem ser aceitos como caminho de realização empresarial, estimulando a vivência de seu conteúdo no dia a dia.

7. CONCLUSÃO

Creio estarmos frente a um novo parâmetro empresarial na qual demonstra um caminho somente de mão única, fazendo com as empresas façam a adesão à esse novo pacto social. Tais elementos tomaram a consciência da atividade empresarial, e aqueles sentimentos éticos exercem uma considerada conformidade no espectro da atuação empresarial e comercial.

Conceitos éticos nas relações consumeristas cada vez mais se mostram como verdadeiras realidades postas. O desenvolvimento de governança corporativa, e ao final o que chamamos de accountability, são elementos do novo tripé empresarial com vistas à atuação ética e responsável.

Os benefícios da implantação dos códigos de compliance, ou códigos de integridade, reforçam o valor deste instrumento, não são ético, mas trazem consigo, possibilidades empresariais intrínsecas, como o aumento de credibilidade de mercado.



Assim ao criar um ambiente favorável à atividade laborativa, mais uma vez a empresa torna-se cobiçada pelo ambiente de trabalho, atraindo para o seus corpos internos, pessoas engajadas, motivadas, e pautadas por esse novo cenário ético estrutural da empresa.

No que tange à modificação social que essas empresas possuem, basta mencionar, que aquele colaborador, que aderiu às novas regras de conduta, começa a se pautar por aquele novo patamar ético-cultural. Dessa forma, cria-se um elemento modificador da sociedade, onde aquela pessoa inserida torna-se um disseminador dessas idéias e condutas, demonstrando portanto um caminho viável ao sucesso, e ao progresso social e econômico.

Dessa representatividade, extraímos que a atividade empresarial conformada através de um código de integridade , ou um código de conduta ético-moral, é portanto fator catalisador de modificação do pensamento social, e do ser humano.

Essa contribuição dada pela atividade empresarial, deve ser encarada como a verdadeira função social da empresa, a qual tem como escopo a modificação da sociedade através do exemplo que esta deve dar através de sua atividade fim.

Assim, diante da nova configuração do direito empresarial, e do novo cenário empresarial, onde se busca cada vez mais a conformidade de comportamento afim de minimizar os riscos à integridade da empresa, percebe-se que a possibilidade de uma ética empresarial é urgente e necessário.

O direito empresarial, e a empresa não podem mais serem passivos observadores e receptores dos dados da vida empresarial. O ambiente empresarial começa a atuar mais do que tudo: prevenindo, detectando e reagindo atitudes ou condutas que possam gerar riscos empresariais.

No âmbito do compliance, a construção de valores, a defesa de padrões éticos da atividade empresarial fazem a promoção e a preservação da atividade fim mercantil, pensando sempre na redução de custos para este controle, como caminho para promoção da vida sócio-empresarial.

Esse reflexo do conjunto de medidas e valores centrais orienta, organiza e vincula todos os envolvidos na realização de um bem maior seja este a modificação da cultura, através de um compromisso empresarial. E existência destes códigos de conduta, transcendem a ética social e empresarial, alcançando pela promoção de valores das pessoas que nela trabalham e



da comunidade na qual deve integrar-se. Nesse desempenho dessa função encontramos o mais nobre estímulo à auto realização social.

BIBLIOGRAFIA:

BOLTANSKI, Luc e CHIAPELLO, Eve. O NOVO ESPÍRITO DO CAPITALISMO. Luc Boltanski e Luc Chiapello, São Paulo, Editora Martins Fontes, 2009.

GRAU, Eros Roberto. A Ordem Econômica na Constituição de 1988 (interpretação e crítica), 12 edição. São Paulo. Ed. Malheiros, 2012.

LUCCA, Newton De. Da ética Geral à ética empresarial – São Paulo, Quartier Latin, 2009.

SANTOS, Boaventura de Souza. A Globalização e as ciências sociais/ Boaventura de Souza Santos (org) – 2 ed. São Paulo Cortez, 2002.