

RECEBIDO EM: 20/12/2016

APROVADO EM: 26/04/2017

# A FUNÇÃO SOCIAL E SOLIDÁRIA DA EMPRESA NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

***THE SOCIAL AND SOLIDARITY COMPANY FUNCTION  
IN THE INFORMATION SOCIETY***

*Heitor Henrique Possagnoli*

*Mestrando em Direito Econômico pela UNIMAR. Assessor de Pós-Graduação de Juiz de Direito. Bacharel em direito pela Universidade do Norte do Paraná - Campus Bandeirantes*

*Allan César de Arruda Correio*

*Mestrando em direito pela UNIMAR - Universidade de Marília (SP) em Empreendimentos Econômicos, Desenvolvimento e Mudança Social. Especialista em Direito Previdenciário pela Faculdade Professor Damásio de Jesus (2014), Professor nas disciplinas de Direito Processual Civil, Direito das Relações de Consumo e Direito Civil Aplicado pela Universidade Norte do Paraná - UNOPAR, Advogado*

**SUMÁRIO:** Introdução; 1 A Globalização; 2 Teoria da Empresa e sua Função Social e Solidária; 3 Empresa e os meios virtuais; 4 Conclusão; Referências.

**RESUMO:** Este trabalho trata das mudanças decorridas do fenômeno da globalização, o qual mudou o modo de convivências das pessoas, meios de compras em massa e, automaticamente, a teoria da empresa. Aliás, a atividade empresarial sofreu grande impacto com a chegada da Constituição Federal de 1988 e introdução do Código Civil de 2002, pois foram inseridos os princípios da função social e solidária da empresa como novas regras de conduta. Ademais, essa nova ferramenta de exploração do mercado - internet - atinge as formas de atuação das empresas, tanto as que atuam na rede, como aquelas que se aproveitam dessa ferramenta para aumentarem suas vendas. No entanto, malgrado o avanço, diante de tantas mudanças a legislação brasileira caminha a passos curtos, conforme demonstra a pesquisa bibliográfica realizada com a aplicação do método dedutivo, partindo um conceito geral para o particular e, presumindo-se um princípio como verdadeiro.

**PALAVRAS-CHAVE:** Globalização. Teoria da Empresa. Meios Virtuais. Função Social. Função Solidária.

**ABSTRACT:** This paper deals with the changes resulting from the phenomenon of globalization, which changed people's way of living, means of mass purchases and, automatically, company theory. In fact, the business activity had a great impact with the arrival of the Federal Constitution of 1988 and introduction of the Civil Code of 2002, since the principles of the social and solidarity function of the company were inserted as new rules of conduct. In addition, this new tool of exploration of the market - internet - reaches the forms of performance of the companies, both those that act in the network, and those that take advantage of this tool to increase their sales. However, in spite of the progress, in the face of so many changes, the Brazilian legislation is moving in short steps, as shown by the bibliographical research carried out with the application of the deductive method, starting with a general concept for the individual and assuming a principle as true.

**KEYWORDS:** Globalization. Theory of the Company. Vedic Means. Social Role. Solidarity Function.

## **INTRODUÇÃO**

O presente trabalho tem como tema a análise da teoria da empresa, e buscou analisar seus principais aspectos, as funções social e solidária nos meios virtuais, além de demonstrar o impacto que o fenômeno da globalização ocasionou no modo de agir das empresas e de consumir dos cidadãos. Tema este que faz parte de grandes debates mundiais, configurando-se como relevante.

A atualidade do tema, bem como a necessidade de intensificar debates nos cenários acadêmico, político e social, atendendo problemas futuros frente à nova realidade empresarial que se prolifera no mundo, justificam tal escolha respaldada pela notória evolução do direito empresarial no Brasil, com suas principais mudanças, em especial as contidas na Constituição Federal de 1988 e no Código Civil de 2002, que incluem os princípios da função social e função solidária da empresa.

Ademais, com a chegada da internet houve uma acentuada alteração nas formas de atuação das empresas, tanto as que desenvolvem computadores, celulares como aquelas que atuam na rede, como Google, Facebook. Além dessas empresas, os empresários do ramo de varejo se aproveitaram da evolução tecnológica para alavan Warley Ribeiro Oliveira car suas vendas, usando a rede para vender seus produtos com maior comodidade aos seus consumidores.

Dessa forma, ainda que existam algumas leis que regulam o comércio eletrônico (Lei 7.962/13) e a internet (Lei 12.965/14 - Marco Civil da Internet), com a mudança de paradigma nas relações comerciais, ainda é necessária uma regulamentação que caminhe na velocidade do avanço da tecnologia.

Assim, pode-se perguntar: até que ponto o cidadão foi afetado pelas novas formas de relações comerciais desencadeadas pela globalização? A teoria da empresa tem se adequado ao novo sistema social solidário? As empresas virtuais possuem uma regulamentação para suas atividades?

Para obtenção dos resultados foi desenvolvida a pesquisa bibliográfica, utilizando-se doutrinas específicas sobre o assunto da globalização, teoria da empresa, internet e meios virtuais, com aporte das legislações relacionadas ao tema, artigos científicos e revistas atualizadas.

## **1 A GLOBALIZAÇÃO**

O mundo mudou com o processo da globalização; pessoas que viviam nas áreas rurais e cultivavam produtos para o sustento familiar

vieram para a cidade para trabalhar em fábricas e serviços repetitivos após a Revolução Industrial. Fato que pode ser compreendido pela mudança na produção, tendo a industrialização fator predominante nesse processo.

Sola explica que “a transformação repentina de sociedades rurais para sociedades urbanas mudou radicalmente as condições da Administração Pública”<sup>1</sup>.

Findada a Segunda Guerra Mundial, e com a evolução dos meios de comunicações, iniciou-se o famoso processo de globalização, que tornou acessível, em quase todo o mundo, o acesso a todo tipo de informação – através de satélites que transmitem informação a nível mundial –, permitindo que pessoas tenham conhecimento, em tempo real, do que se passa em outros países.<sup>2</sup>

Barbosa traz que:

Na virada do século XX para o XXI, por meio da televisão e da internet, temos acesso a notícias e a informações transmitidas em tempo real, ou seja, no próprio momento em que os eventos se manifestam. Assim, podemos acompanhar de forma quase instantânea, em vários lugares do mundo, o encontro histórico entre presidentes da Coreia do Sul e do Norte, a cotação do euro em relação ao dólar, as oscilações nas Bolsas de qualquer lugar do planeta, o conflito entre palestinos e israelenses, o lançamento do novo modelo de automóvel da Volkswagen ou mesmo questões menos importantes, e de interesse estritamente pessoal, como a temperatura na Suécia ou os preços de hotéis na Cidade do México.<sup>3</sup>

Como se vê, as mudanças trazidas pela globalização alteraram o cotidiano mundial, pois houve um avanço político, tecnológico e cultural com a propagação dos meios de telecomunicação no final da década de 1960.<sup>4</sup>

Santiago e Campello postulam que: “[...] aumento vertiginoso da população nacional, duas guerras mundiais, o êxodo rural, a emancipação

---

1 SOLA, Diogo Diniz Lopes. *Globalização e a crise do estado moderno: perspectivas e desafios do desenvolvimento sustentável*. Curitiba: Juruá. 2015. p. 30.

2 GIDDENS, Anthony. *Mundo em descontrol*. 6. ed. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Record. 2007. p. 21.

3 BARBOSA, Alexandre de Freitas. *O mundo globalizado*. 5. ed. São Paulo: Contexto. 2015. p. 9.

4 GIDDENS, op. cit. p. 21.

da mulher, os avanços tecnológicos, o desenvolvimento da medicina, o poder da mídia, o surgimento da internet [...]”<sup>5</sup>, são fatores decorrentes do processo de mudanças trazidas pela globalização.

Essas alterações acabaram com as barreiras, fronteiras, mudando-se o sentido de espaço geográfico<sup>6</sup>, possibilitando uma comunicação tão avançada que uma pessoa localizada na América do Sul se comunica com outra no Oriente através das chamadas webcan. Fator revolucionário, uma vez que tal comunicação, até então, só seria possível por meio de telefone ou carta, sem quaisquer dos benefícios trazidos com as novas tecnologias criadas no mundo globalizado.

Para Wald:

Essa nova fase de transição da humanidade, ligada a modificações tecnológicas, como as decorrentes do uso do computador, das novas formas de energia e da modernização dos sistemas de transporte e comunicações, e a implantação das recentes estruturas comerciais e financeiras, enseja a globalização da economia mundial e enfatiza a importância crescente da empresa como coração da vida econômica e social da sociedade contemporânea.<sup>7</sup>

Bauman ainda descreve que “com o tempo de comunicação implodindo e encolhendo para insignificância do instante, o espaço e os delimitadores de espaço deixam de importar, pelo menos para aqueles cujas ações podem se mover na velocidade da mensagem eletrônica.”<sup>8</sup>

Constata-se que com essa redução de espaço no tempo a comunicação e o conhecimento passaram por uma grande mudança, a qual Giddens bem ilustra: “[...] Nelson Mandela é mais conhecido para nós do que o nosso próprio vizinho de porta [...]”<sup>9</sup>.

---

5 SANTIAGO, Mariana Ribeiro; CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio. *Função solidária: a terceira dimensão dos contratos*. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=7283518d47a05a09>> Acesso em: 20 maio 2016. p. 2.

6 BAUMAN, Zygmunt. *Globalização as consequências humanas*. Tradução de Marcus Prenchel. Rio de Janeiro: Zahar. 1999. p. 19.

7 WALD, Arnoldo. Novas perspectivas da empresa - (vistas por um advogado). *Revista Tributária e de Finanças Públicas*, v. 1, p. 39 – 50, dez. 2010. p. 39.

8 BAUMAN, op. cit. p. 20.

9 GIDDENS, Anthony. *Mundo em descontrolado*. 6. ed. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro. Record. 2007. p. 22.

Assim, a globalização foi de suma importância para as grandes alterações na comunicação e na chamada sociedade de informação, culminando na criação da rede mundial de computadores.

Segundo Bauman:

[...] o aparecimento da rede mundial de computadores pôs fim – no que diz respeito à informação – à própria noção de “viagem” (e de “distância” a ser percorrida), tornando a informação instantaneamente disponível em todo o planeta, tanto na teoria como na prática.<sup>10</sup>

Como forma de tentar conceituar o fenômeno da globalização, Barbosa elucida:

A globalização caracteriza-se, portanto, pela expansão dos fluxos de informações – que atingem todos os países, afetando empresas, indivíduos e movimentos sociais –, pela aceleração das transações econômicas – envolvendo mercadorias, capitais e aplicações financeiras que ultrapassam as fronteiras nacionais – e pela crescente difusão de valores políticos e morais em escala universal.<sup>11</sup>

Tecidas breves considerações acerca do fenômeno da globalização, necessário adentrar na teoria da empresa, ponto de grande importância, que está ligado com a globalização e os meios virtuais.

## 2 TEORIA DA EMPRESA E A FUNÇÃO SOCIAL E SOLIDÁRIA

Como se pode verificar, as transformações desencadeadas pela globalização atingiram diferentes aspectos da sociedade mundial e, no caso da empresa ou teoria da empresa, não foi diferente; vez que, com a evolução das relações comerciais – em determinado momento histórico – adotou-se o sistema francês da teoria da empresa, o qual teve seu ponto inicial através dos “atos de comércio”.

Coelho discorre sobre:

A elaboração doutrinária fundamental do sistema francês é a teoria dos atos do comércio, vista como instrumento de objetivação do tratamento

10 BAUMAN, Zygmunt. *Globalização as consequências humanas*. Tradução de Marcus Prenchel. Rio de Janeiro: Zahar. 1999. p. 22.

11 BARBOSA, Alexandre de Freitas. *O mundo globalizado*. 5. ed. São Paulo. Contexto. 2015. p. 12-13.

jurídico da atividade mercantil. Isto é, com ela, o direito comercial deixou de ser apenas o direito de uma certa categoria de profissionais, organizados sem corporações próprias, para se tornar a disciplina de um conjunto de atos que, em princípio, poderiam ser praticados por qualquer cidadão.<sup>12</sup>

No Brasil o direito comercial passou a ter força, segundo Mamede, em:

[...] 1850, a Lei 556, criando o Código Comercial Brasileiro e, assim, adotando a Teoria dos Atos do Comércio, nos moldes do Código Comercial francês. Estabeleceu-se assim, também no Direito Brasileiro, uma dicotomia no Direito Privado, entre Direito Civil e Direito Comercial.<sup>13</sup>

Contudo, como tudo muda com o tempo, o direito comercial também se alterou com interferência da globalização. Nesse contexto, com a edição das novas constituições o Código Comercial de 1850 tornou-se obsoleto em partes, pois já não conseguia mais regular as mudanças trazidas pelas novas tecnologias e tendências do mercado empresarial.

Diante disso, em 2002 entrou em vigor o novo Código Civil que, com influências italianas, adotou a teoria monista, onde houve a unificação das obrigações,<sup>14</sup> trazendo em seus artigos um livro específico para tratar da teoria da empresa<sup>15</sup>.

Assim, a nova teoria da empresa teve foco, segundo Nery e Nery Junior, na “[...] atividade organizada, de natureza privada, com objetivo de produção ou de circulação de bens e serviços no mercado”<sup>16</sup>.

Uma visão diferente do que era antes, pois essa alteração atingiu a figura do empresário, pessoa responsável pela criação e administração da empresa, incumbido de exercer a atividade econômica de forma organizada

12 COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de Direito Comercial: direito de empresa*. v. 1, 12. ed. revisada e atualizada. São Paulo: Saraiva. 2008. p. 12.

13 MAMEDE, Gladston. *Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial*. v. 1, 7. ed. São Paulo: Atlas. 2013. p. 18.

14 NERY JUNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade. *Código Civil Comentado*. 10. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2013. p. 998.

15 TADDEI, Marcelo Gazzì. *O Direito Comercial e Novo Código Civil Brasileiro*. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/3004/o-direito-comercial-e-o-novo-codigo-civil-brasileiro>>. Acesso em: 27 maio 2016.

16 NERY op. cit. p. 999.

para a produção ou circulação de bens ou de serviços - artigo 966 do CC/2002.

Nessa linha Coelho conceitua empresário como:

[...] a pessoa que toma a iniciativa de organizar uma atividade econômica de produção ou circulação de bens ou serviços. Essa pessoa pode ser tanto a física, que emprega seu dinheiro e organiza a empresa individualmente, como a jurídica, nascida da união de esforços de seus integrantes.<sup>17</sup>

As constantes mudanças ocasionadas pelo avanço tecnológico também alteraram o contexto jurídico da teoria da empresa, que passou e passa por mudanças no âmbito do direito.

Entretanto, após trazer uma base dessa evolução importante, é preciso mostrar o papel que a teoria da empresa tem que desenvolver na nova sociedade da informação, à luz dos princípios-bases da função social e solidária da empresa.

A função social da empresa não vem especificada dentro dos artigos do livro de direito de empresa, no entanto, está previsto, de forma expressa, na Constituição Federal de 1988, a limitação da iniciativa privada e da propriedade, a dignidade da pessoa (art. 1º, III), os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa (art. 1º, IV), a solidariedade social (art. 3º, I), a função social da propriedade (arts. 5º, XXIII, e 170, III)<sup>18</sup>, normas que dão vida a função social da empresa.

Ademais, passando os olhos nos artigos 4º21: “a liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato”; e 1.228, §1º: “o direito de propriedade deve ser exercido em consonância com as suas finalidades econômicas e sociais e de modo que sejam preservados, de conformidade com o estabelecido em lei especial, a flora, a fauna e as belezas naturais, o equilíbrio ecológico e o patrimônio histórico e artístico, bem como evitada a poluição do ar e das águas”, do Código Civil, denota-se consonância com a orientação constitucional.

17 COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de Direito Comercial: direito de empresa*. v. 1. 12. ed. revisada e atualizada. São Paulo: Saraiva. 2008. p. 63.

18 SANTIAGO, Mariana Ribeiro; CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio. Função social e solidária da empresa na dinâmica da sociedade de consumo. *Scientia Iuris*, Londrina, v. 20, n. 1, p.119-143, abr. 2016. DOI: 10.5433/2178-8189.2016v20n1p119. ISSN: 2178-8189. p. 128.



A propósito, Santiago e Campello discorrem:

Instituto correlato à função social do contrato, e também à função social da propriedade, é o da função social da empresa, embora este último não tenha recebido menção no Código Civil. Na realidade, esses três princípios são aplicações do princípio da socialidade a áreas específicas do direito, daí a conexão entre eles.<sup>19</sup>

Dessa forma, não se pode mais falar em empresa sem que haja a preocupação com a sua função social e solidária – atualmente muito cobrada –, pois a finalidade é de que a empresa cumpra com sua verdadeira função social perante a sociedade atual, ainda que isso gere um risco legal, vez que, conforme esclarece Giddens, “[...] uma plena aceitação do risco é a própria fonte daquela energia que gera riqueza numa economia moderna”<sup>20</sup>.

Acerca dessa nova orientação leciona Arnoldi:

Estamos nos referindo a instituições com poderes ainda não completamente conhecidos, mas que já se revelam poderosíssimas e têm ganho, repetidamente, poder de barganha perante os Estados. A empresa, tal qual a concebemos hoje, não é mais uma mera produtora ou transformadora de bens que coloca no mercado. É, antes de tudo, um poder. Representa uma força socioeconômico-financeira determinada, com uma enorme potencialidade de emprego e expansão que pode influenciar, de forma decisiva, o local em que se encontra. Com esse poder que hoje lhe é inerente, pergunta-se se não seria justo a mesma arcar com um papel social pré-determinado pela comunidade. A empresa moderna cada vez mais obtém para si funções antes inerentes ao Estado, que perde parcela considerável de sua soberania perante os possíveis benefícios trazidos pela empresa, que detém um poder constantemente intensificado perante a administração superior do país.<sup>21</sup>

Ainda, há se ter que a função social da empresa, mesmo não estando expressa, é aplicada, pois o contrato e a propriedade estão ligados com a empresa e “desse entendimento por si só já seria possível deduzir a função

19 SANTIAGO; CAMPELLO, op. cit., p. 121.

20 GIDDENS, Anthony. *Mundo em descontrolé*. 6. ed. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Record. 2007. p. 34.

21 ARNOLDI, Paulo Roberto Colombo; MICHELAN, Taís Cristina de Camargo. Novos enfoques da função social da empresa numa economia globalizada. *Revista de Direito Privado*. v. 1, p. 387 – 395, dez. 2010. p. 389-390.

social do contrato e da empresa, uma vez que se trata de institutos ligados à circulação da propriedade<sup>22</sup>.

Nessa linha Mamede vem assim tratar sobre o tema:

O princípio da função social da empresa é metanorma que tem essa matriz, demandando seja considerado o interesse da sociedade, organizada em Estado, sobre todas as atividades econômicas, mesmo sendo privadas e, destarte, submetida ao regime jurídico privado. Embora tenha finalidade imediata de remunerar o capital nela investido, atendendo ao interesse de seu titular ou dos sócios do ente (sociedade) que a titulariza, a atividade comercial atende igualmente ao restante da sociedade.<sup>23</sup>

Dessa forma, visto a função social da empresa, passa-se a função solidária, a qual, segundo Cardoso:

O princípio da solidariedade, pois, antes de ser princípio, orienta o direito em um sentido de valor, revela que o reconhecimento da dignidade é uma forma de preservação da vida e da liberdade com igualdade, e, se assim é, preceitos como justiça, ética e valor da pessoa humana constituem a base fundamental para que o direito opere, de fato, como fator de transformação social.<sup>24</sup>

Nessa esteira, o princípio da solidariedade foi incluído no âmbito do chamado estado social, passando a se preocupar com a coletividade, no chamado bem comum de todos, prevalecendo esse sobre o individual, visando sempre o direito maior que é o da dignidade da pessoa humana<sup>25</sup>.

Importante contribuição acrescenta Souza Neto quando esclarece: “[...] Socialidade: por esse princípio, tem-se que o exercício dos direitos deve ser contextualizado mais num plano social, de respeito ao interesse

---

22 SANTIAGO, Mariana Ribeiro; CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio. Função social e solidária da empresa na dinâmica da sociedade de consumo. *Scientia Iuris*, Londrina, v. 20, n. 1, p.119-143, abr. 2016. DOI: 10.5433/2178-8189.2016v20n1p119. ISSN: 2178-8189. p. 128.

23 MAMEDE, Gladston. *Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial*. V. 1. 7. ed. São Paulo: Atlas. 2013. p. 47.

24 CARDOSO, Alenilton da Silva. Princípio da solidariedade: a confirmação de um novo paradigma. *Revista Direito Mackenzie*, v. 6, n. 1, p. 10-29. p. 14.

25 GOMES, Daniela Vasconcelos. A evolução do sistema do direito civil do individualismo à socialidade. *Revista de Direito Privado*, São Paulo, ano 7, n. 27, p. 32-63, jul./set. 2006. p. 45.

comum e geral, do que num plano meramente individual, considerado apenas o interesse de seu titular. [...]”<sup>26</sup>.

As novas orientações da Constituição de 1988 e do Código Civil de 2002 trouxeram para o mundo jurídico uma mudança de paradigma, colocando os direitos da sociedade - ou chamados coletivos - em primeiro lugar, sempre acima do interesse do indivíduo, de forma que se impõe a análise antecipada de prejudicialidade de qualquer ação - nessa linha assumindo um papel de cooperação -, visando uma responsabilidade social e primando sempre pela igualdade substancial entre todos<sup>27</sup>.

Dessa maneira, Gama Bartholo:

Com a finalidade de consolidar a noção de função social na seara empresarial, garantindo-lhe a efetividade e a coercitividade inerentes às normas jurídicas, torna-se imprescindível discernir seu conceito de um outro igualmente em voga atualmente, que é o de responsabilidade social, ainda desprovida esta, enquanto integração voluntária de preocupações sociais por uma empresa em suas operações, da devida coercibilidade necessária para a exigência de sua observância. Efetivamente, a responsabilidade social, expressão do que alguns convencionam designar de *cidadania empresarial*, corresponde a uma recente etapa de maior conscientização do empresariado no que diz respeito aos problemas sociais e ao seu potencial papel na resolução dos mesmos, principalmente em virtude da crescente falta de capacidade e de credibilidade do Estado na busca da eliminação daqueles.<sup>28</sup>

A função solidária é, portanto, uma orientadora do direito, pois busca o reconhecimento da dignidade e da ética da pessoa humana, fornecendo uma maior facilidade para que o direito opere em busca da transformação social, garantindo uma maior igualdade entre as pessoas<sup>29</sup>.

Com esse breve comentário sobre pontos importantes da empresa, passa-se a tratar dos novos modelos empresariais criados com a globalização, a saber, as empresas nos meios virtuais.

---

<sup>26</sup> SOUZA NETO, Mello João Baptista de. *Direito civil*: parte geral. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007. p.20-21.

<sup>27</sup> CARDOSO, op. cit., p. 12.

<sup>28</sup> GAMA, Guilherme Calmon Nogueira da; BARTHULO, Bruno Paiva. Função social da empresa. *Revista dos Tribunais*, v. 2, p. 101 - 124, dez. 2010. p. 106-107.

<sup>29</sup> CARDOSO, op. cit., p. 14.

### 3 EMPRESAS E OS MEIOS VIRTUAIS

A globalização, ligada aos grandes fatos da história mundial, criou uma nova sociedade, a cada dia mais evoluída, exigindo que a informação seja acessível em tempo real, pois o imediatismo passou a tomar conta das pessoas na constante correria do dia a dia.

Não estamos em um mundo com os carros voando, porém sob os efeitos da globalização a sociedade evoluiu e muitos benefícios foram alcançados com a chegada dessa nova era.

Na chamada sociedade da informação ou, para os sociólogos, o tempo da pós-modernidade ou “modernidade líquida,”<sup>30</sup> o ser humano está vivendo com um novo modelo de informação, ou seja, a chegada dos novos meios de telecomunicação e o acesso facilitado à informação permitem a criação de novas formas de exploração da atividade econômica, tanto para as empresas que criam as novas tecnologias, como as que se utilizam dessa ferramenta para melhorar seus resultados no mercado.

O primeiro passo para essa nova mudança ocorreu com a difusão da televisão como meio de telecomunicação, a qual possibilitou ligar as informações de um país ao outro.<sup>31</sup> Porém essa mudança ficou muito mais valiosa com a criação da internet que, segundo Scherkerkewitz, é:

[...] constituída por uma rede de computadores que estão conectados por linhas telefônicas, fibra óticas, cabos submarinos, satélites etc. e vinculam Universidades, Governos, empresas e milhões de pessoas, independentemente de fronteiras geográficas.<sup>32</sup>

Para Scherkerkewitz a internet surgiu para ser utilizada como uma nova forma de comunicação entre militares americanos, para funcionar mesmo sem que qualquer outro tipo de meio de comunicação estivesse presente<sup>33</sup>, no entanto ganhou outros contornos.

---

30 BAUMAN, Zygmunt. *Globalização as consequências humanas*. Tradução de Marcus Prenchel. Rio de Janeiro: Zahar. 1999.

31 GIDDENS, Anthony. *Mundo em descontrol*. 6. ed. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Record. 2007.

32 SCHERKERKEWITZ, Ivo Chaitz. *Direito e Internet*. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2014. p. 14.

33 *Ibidem*, p.15.

E uma nova realidade foi lançada, mudou o mundo, e a expressão espaço, que antes era vista como empecilho para contatar alguém do outro lado do planeta, já não existe mais, pois segundo Bauman, “as distâncias já não importam, ao passo que a ideia de uma fronteira geográfica é cada vez mais difícil de sustentar ao mundo real”.<sup>34</sup>

Essas novas alterações também foram percebidas pelas empresas, que passaram a se preocupar muito mais como esse novo terreno, muito promissor e lucrativo.

Dessa forma, surgiram novas potências econômicas no ramo da informática, como a Microsoft, Apple, etc. Ainda brotaram as empresas online ou que atuam pela frequência de rede como Facebook, Google, Instagram, WhatsApp, Flickr e Yahoo. Empresas que fazem fortunas operando nessa nova forma de fonte econômica trazida com a globalização.

Ademais, além dessas empresas, empresas de diferentes ramos passaram a se aproveitar da mais nova e importante ferramenta do mercado, a internet, e aumentaram suas possibilidades de obtenção de lucro através da criação de lojas virtuais, nas quais o consumidor pode comprar sem sair de casa e com apenas um clique sobre o produto, mudando conceitos anteriores do chamado “fio do bigode”, “preto no branco” e “contrato assinado” para os contratos eletrônicos.

Uma nova forma, ou ferramenta de negócio para a empresa que, se usada com os cuidados da função social e solidária, poderão gerar muitos lucros.

Para que exista a aplicação da função social e solidária da empresa no ambiente virtual da internet é preciso que as mesmas sigam as regras existentes no ordenamento jurídico. Dentre as quais se encontra a Lei 7.962/13, a qual trata, em seu artigo 1º, sobre as contrações no comércio eletrônico, visando com que as empresas que atuam no ramo virtual forneçam informações claras dos produtos e dos serviços, mantendo atendimento facilitado ao consumidor e respeito ao direito de arrependimento.<sup>35</sup>

---

34 BAUMAN, Zygmunt. *Globalização as consequências humanas*. Tradução de Marcus Prenchel. Rio de Janeiro. Zahar. 1999. p. 19.

35 BRASIL. *Decreto 7.962 de 15 de março de 2013*: Regulamenta a Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm)>. Acesso em: 25 maio 2016.

Outrossim, para que seja cumprida a função social da empresa é necessário ela empresa atue com boa-fé, pois como Scherkerkewitz destaca:

Como resultado das milhões de possibilidades que a internet nos abriu efetuamos compras sem conhecer o nosso parceiro comercial quer no momento da contratação, quer após a contratação, quer após a contratação.

[...]

Sem confiança não é possível que se estabeleça qualquer contato entre partes e o uso da Rede fica diminuído.<sup>36</sup>

Assim, cumpre a função social a empresa que observa ordenamento jurídico, na medida em que a relação empresa/consumidor já não é mais vista apenas em um panorama individual, mas de forma coletiva, pois os atos da empresa não podem ferir o anseio ou os direitos sociais.

No entanto, de nada adianta o cumprimento da função social se nenhuma dessas empresas se preocuparem com sua função solidária da empresa, a qual, como esclarece Santiago e Capello:

[...] ultrapassa as raias da justiça comutativa, da igualdade formal, pois projeta os princípios da justiça distributiva e da justiça social, não implicando apenas dever positivo do Estado acerca das políticas públicas, mas, ainda, em deveres recíprocos entre os indivíduos, em prol do objetivo comum, os quais propiciam a própria dignidade individual.<sup>37</sup>

Atualmente para se tratar de empresa, imperioso se falar em sustentabilidade e o seu tripé econômico, social e ambiental.

Quanto à sustentabilidade, John a conceitua como: “[...] o princípio que assegura que nossas ações de hoje não limitarão a gama de opções econômicas, sociais e ambientais disponíveis para as futuras gerações”<sup>38</sup>. Sustentabilidade econômica tem direta ligação com o desenvolvimento sustentável, que segundo a Conferência Rio + 20 é o “[...] modelo que prevê a integração entre economia, sociedade e meio ambiente. Em outras palavras,

36 SCHERKERKEWITZ, Ivo Chaitz. *Direito e Internet*. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2014. p. 37-38.

37 SANTIAGO, Mariana Ribeiro; CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio. *Função solidária: a terceira dimensão dos contratos*. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=7283518d47a05a09>>. Acesso em: 20 maio 2016. p. 18.

38 ELKINGTON, Jonh. *Sustentabilidade canibais com garfo e faca*. São Paulo: M. Books do Brasil. 2012. p. 52.

é a noção de que o crescimento econômico deve levar em consideração a inclusão social e a proteção ambiental.”<sup>39</sup>

Em linhas gerais, a sustentabilidade econômica tem enfoque principal, mas não exclusivo, no que tange à atuação das empresas, em três pilares: a sustentabilidade econômica; social e ambiental.<sup>40</sup>

Na aplicação desse tripé as empresas precisam se preocupar com todos esses requisitos, sob pena de não cumprir com a função solidária da empresa.

Como forma de melhor explicar a aplicação do tripé Jonh assim traz:

A atriz Brigitte Bardot foi mencionada como a segunda cidadã francesa mais famosa no mundo, depois do General de Gaulles. Sua contribuição para o pilar financeiro da indústria de filmes, St. Tropez, e para a própria economia francesa durante décadas, é inquestionável. Ela também ganha em termos da questão ambiental por participar de campanhas pelos direitos dos animais.

Dois pilares se fizeram evidentes, mas ainda resta um. Este é o problema. O símbolo sexual, que inspirou a imagem de Mariane, a figura feminina que simboliza a República Francesa, sofreu a injustiça de ter algumas de suas imagens retiradas da cidade e substituída por outras inspiradas em Catherine Deneuve. Apesar de suas contribuições econômicas e ambientais, a visão de Bardot sobre a imigração e o seu apoio ao Partido Nacional de extrema direita foram posturas que resultam na falta de apoio de seus defensores. Em resumo, a dimensão da justiça social a impediu de atingir um resultado vencedor do ponto de vista das dimensões que compõem os três pilares da sustentabilidade.<sup>41</sup>

Nessa linha, as empresas que atuam no ramo virtual devem também se preocupar, além de observar a função social - zelar pela aplicação da legislação em favor de todos -, com a função solidária, cuidando da sustentabilidade, através da proteção ao super-endividamento, meio

39 RIO + 20. *Conferência das Nações Unidas sobre o desenvolvimento sustentável*. Disponível em: <[http://www.rio20.gov.br/clientes/rio20/rio20/sobre\\_a\\_rio\\_mais\\_20/desenvolvimento-sustentavel.html](http://www.rio20.gov.br/clientes/rio20/rio20/sobre_a_rio_mais_20/desenvolvimento-sustentavel.html)>. Acesso em: 10 jun. 2015.

40 ELKINGTON, op. cit.

41 ELKINGTON, Jonh. *Sustentabilidade canibais com garfo e faca*. São Paulo: M. Books do Brasil. 2012. p. 30.

ambiente, das boas práticas e da preservação dos recursos naturais disponíveis.

Ou seja, devem garantir que a sobrevivência da empresa não coloque em risco a qualidade de vida das futuras gerações.

E não só, através do pilar social, devem ainda visar a chamada inclusão social, garantindo uma melhor qualidade de vida a todos, não fazendo distinções, fornecendo trabalho digno com o cumprimento das normas vigentes.

Nessa linha Cardoso discorre: “Somente com base no reconhecimento dos direitos do próximo que o ser humano poderá fazer da sociedade um ambiente propício à justiça e à segurança, e, para tanto, o comportamento de solidariedade é o caminho mais adequado”<sup>42</sup>.

Dessa forma, a empresa deve buscar sempre, tanto no meio físico como no meio virtual, desenvolver a sua função social e solidária, visando garantir que os contratos por ela realizados não afetem a coletividade e que a sua existência seja pela busca de um correto desenvolvimento econômico, gerando empregos, reduzindo as desigualdades regionais, trazendo uma valoração ao trabalho e proporcionando uma vida digna para as pessoas.

Ou, conforme Cardoso:

Em sendo assim, a solidariedade afirma um novo paradigma em que a sociedade civil interage para a evolução dignificante da humanidade, cabendo ao direito funcionalizar as ações individuais para o benefício social difuso das presentes e futuras gerações.<sup>43</sup>

Destarte, as empresas devem pensar em um bem futuro para as outras gerações, garantindo uma harmoniosa existência.

#### 4 CONCLUSÃO

O trabalho verificou as alterações trazidas pela globalização, que mudou, e muito, os sistemas de comunicação no mundo após a Segunda

---

42 CARDOSO, Alenilton da Silva. Princípio da solidariedade: a confirmação de um novo paradigma. *Revista DIREITO MACKENZIE*, v. 6, n. 1, p. 10-29. p. 16.

43 *Ibidem*, p. 27.



Guerra Mundial e a Revolução Industrial, trazendo novas formas de comunicação, como a televisão em um passado próximo, e a internet, hoje tão comum, cuja velocidade de sua expansão, ultrapassa os índices atingidos pela televisão, uma vez que a substitui em muitos aspectos.

A internet liga milhões de pessoas no planeta terra, fazendo com que a notícia chegue em apenas um clique, e as compras feitas no “fio do bigode”, “preto no branco” são feitas ao pressionar um botão, mudando-se por completo o comportamento das empresas que aderiram a essa nova expectativa.

Analisou, ainda, uma breve evolução da empresa, desde o direito comercial até a teoria da empresa que, com as grandes mudanças inseridas pela Constituição Federal de 1988 e o Código Civil de 2002, adotou um novo conceito para a teoria da empresa.

Nessa nova etapa, que incluiu os princípios da função social e solidária da empresa, base para a estruturação e desenvolvimento da atividade empresarial, as empresas não podem mais ficar restritas aos interesses de seus sócios, pois todos os contratos celebrados, bem como seu direito de propriedade devem ater-se à função social, não podendo lesar a coletividade em benefícios de seus sócios.

A função solidária, por seu turno, impõe que a empresa não se preocupe mais apenas com os seus lucros, mas passe a se preocupar com as mudanças ocasionadas no mundo por suas ações, visando o bem coletivo, evitando um desgaste para as futuras gerações com suas atitudes desenfreadas.

Ademais, demonstrou-se que as empresas virtuais vem mudando gradativamente a forma de atuar, conectando pessoas e exigindo maior qualificação de mão de obra de seus empregados.

Conclui-se, portanto, que o mundo vive sob nova forma organizacional, ou um novo formato de sociedade, a da informação, que está conectada a todos os cantos do planeta e oportuniza às empresas no Brasil e no mundo, sejam as que fornecem serviços, sejam as que fornecem produtos na rede a aproveitar a facilidade do consumo em apenas um clique, mas que, no entanto, devem se ater às legislações – v.g. Decreto Lei 7.962/13, que regula o comércio eletrônico, e a Lei 12.965/14, mais conhecida como Marco Civil da Internet - que tenta se adequar à rápida evolução que a internet produz.

**REFERÊNCIAS**

- ARNOLDI, Paulo Roberto Colombo; MICHELAN, Taís Cristina de Camargo. Novos enfoques da função social da empresa numa economia globalizada. *Revista de Direito Privado*, v. 1 p. 387 – 395, dez. 2010.
- BARBOSA, Alexandre de Freitas. *O mundo globalizado*. 5. ed. São Paulo: Contexto. 2015.
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização as consequências humanas*. Tradução de Marcus Prenchel. Rio de Janeiro: Zahar. 1999.
- BRASIL. *Decreto 7.962 de 15 de março de 2013*: Regulamenta a Lei nº8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm)>. Acesso em: 25 maio 2016.
- CARDOSO, Alenilton da Silva. Princípio da solidariedade: a confirmação de um novo paradigma. *Revista DIREITO MACKENZIE*, v. 6, n. 1. p. 10-29, 2012.
- COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de Direito Comercial: direito de empresa*. V. 1. 12. ed. revisada e atualizada. São Paulo: Saraiva. 2008.
- ELKINGTON, Jonh. *Sustentabilidade canibais com garfo e faca*. São Paulo: M. Books do Brasil, 2012.
- GAMA, Guilherme Calmon Nogueira da; BARTHOLO, Bruno Paiva. Função social da empresa. *Revista dos Tribunais*. v. 2, p. 101 - 124, dez. 2010.
- GIDDENS, Anthony. *Mundo em descontrol*. 6. ed. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro; Record, 2007.
- GOMES, Daniela Vasconcellos, A evolução do sistema do direito civil do individualismo à socialidade. *Revista de Direito Privado*, São Paulo, ano 7, n. 27, p. 32-63, jul./set. 2006.
- MAMEDE, Gladston. *Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial*. v. 1, 7. ed. São Paulo: Atlas. 2013.
- MARTINS, Fran. *Curso de direito comercial: empresa comercial, empresários individuais, microempresas, sociedades comerciais, fundo de comércio*. Rio de Janeiro: Forense, 2005.

NERY JUNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade. *Código Civil Comentado*. 10. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2013.

PAESANI, Liliana Minardi. *O direito na sociedade da informação*. São Paulo: Atlas, 2007.

PAESANI, Liliana Minardi. *O direito na sociedade da informação II*. São Paulo: Atlas. 2009.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro; CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio. Função social e solidária da empresa na dinâmica da sociedade de consumo. *Scientia Iuris*, Londrina, v. 20, n. 1, p.119-143, abr. 2016. DOI: 10.5433/2178-8189.2016v20n1p119. ISSN: 2178-8189.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro; CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio. *Função solidária: a terceira dimensão dos contratos*. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=7283518d47a05a09>>. Acesso em: 20 maio 2016.

SCHERKERKEWITZ, Ivo Chaitz. *Direito e Internet*. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2014.

SOLA, Diogo Diniz Lopes. *Globalização e a crise do estado moderno: perspectivas e desafios do desenvolvimento sustentável*. Curitiba: Juruá. 2015.

SOUZA NETO, Mello João Baptista de. *Direito civil: parte geral*. 6. ed. São Paulo: Atlas, p. 20-21, 2007.

TADDEI, Marcelo Gazzì. *O direito comercial e novo código civil brasileiro*. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/3004/o-direito-comercial-e-o-novo-codigo-civil-brasileiro>>. Acesso em: 27 maio 2016.

WALD, Arnaldo. Novas perspectivas da empresa - (vistas por um advogado). *Revista Tributária e de Finanças Públicas*, v. 1 p. 39/50, dez. 2010.

