

## Função Social do Contrato e da Empresa:

aspectos jurídicos da responsabilidade social  
empresarial nas relações de consumo

Daniela Vasconcellos Gomes<sup>1</sup>

### Resumo

---

Se em uma época passada o Direito era voltado exclusivamente à proteção de direitos individuais, atualmente sua maior preocupação é a tutela do interesse social. O contrato e a empresa são institutos jurídicos de grande importância para o desenvolvimento social, e na sociedade contemporânea abandonam seu caráter tradicional de mera circulação de riquezas para servirem de instrumentos na busca de maior justiça social. Diante do comprometimento de todos os setores da sociedade com a responsabilidade social, as empresas também passam a adotar uma nova postura – não somente perante seus clientes, mas diante de toda a comunidade.

**Palavras-chave:** Função social. Responsabilidade social. Ética empresarial. Direito do consumidor.

### Abstract

---

If at a previous moment the Law one was come back exclusively to the protection of individual rights, currently its bigger concern is the guardianship of the social interest. The contract and the company are legal justinian codes of great importance for the social development, and in the society contemporary they abandon its traditional character of mere circulation of wealth to serve of instruments in the search of bigger social justice. Ahead of the engagement of all the sectors of the society with the social responsibility, the companies also start to not only adopt a new position – before its customers, but to all the community.

**Keywords:** Social function. Social responsibility. Ethical enterprise. Consumer's law.

---

<sup>1</sup> Especialista em Direito Civil Contemporâneo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS); aluna do Mestrado em Direito da Universidade de Caxias do Sul (UCS); componente do Grupo de Pesquisa Metamorfose Jurídica (CNPq/UCS); advogada (dvgomes@gmail.com).

## Introdução

A idéia de função social não é recente no Direito, mas verdadeiramente um resultado da evolução dos tempos. Há muito se formula a noção de função social da propriedade, pois não é mais possível aceitar sua clássica concepção individualista, de poder absoluto de um sujeito sobre determinado objeto. Mais recentemente, o conceito de função social teve reflexos nos contratos e nas empresas.

Nos contratos, principais instrumentos jurídicos para a circulação de riquezas, a função social tem por objetivo trazer equilíbrio material nas relações e impor o predomínio do interesse coletivo sobre os interesses privados. O contrato não deixa de ter sua função eminentemente econômica, mas a ela é somada a função social, em busca de justiça social.

Com base na função social, também não se admite mais que a empresa busque apenas o lucro e o desenvolvimento econômico. Atualmente a empresa, ao desenvolver suas atividades, deve procurar também o desenvolvimento social, incluindo a criação e a manutenção de empregos, a preservação do meio ambiente, o incentivo à educação, à cultura e ao consumo consciente.

Esse comprometimento com o desenvolvimento social tem sido chamado de responsabilidade social. Uma das faces da responsabilidade social é o diálogo com as partes interessadas: clientes, fornecedores, acionistas, enfim, a comunidade em geral. Neste estudo buscar-se-á demonstrar a interligação entre a responsabilidade social e a função social do contrato e da empresa, especialmente nas relações desta com seus consumidores.

## Alguns Aspectos da Função Social

### *Função Social da Propriedade*

O Direito Civil clássico era tomado por uma visão extremamente individualista, que visava exclusivamente a proteger os interesses da burguesia. Assim era com todos os institutos privados, e em especial, a propriedade. O direito de propriedade era considerado o direito subjetivo supremo, em que seu titular detinha a prerrogativa de usar seu poder de forma absoluta, atendendo a sua vontade de maneira a preservar unicamente seus interesses.

Essa era a realidade da estrutura liberal, que estava fundamentada na idéia de direito subjetivo, que, em matéria patrimonial, manifestava-se na proteção concedida ao indivíduo de poder ilimitado sobre as coisas submetidas ao seu arbítrio (Gomes, 2001, p. XXIV). Nesse sentido, também a idéia de função social tem origem no direito subjetivo, e somente sem olvidar desse fato é possível discernir a função social de outros conceitos. A função social é de tal forma ligada ao direito subjetivo que somente é exigível no exercício deste determinado direito (Tomasevicius Filho, 2003, p. 40).

O princípio da função social relativiza o individualismo que marcou o tratamento do direito de propriedade na codificação oitocentista. A propriedade não deixou de ser direito subjetivo tutelado pelo ordenamento jurídico, mas a função social altera a estrutura e o regime jurídico do direito de propriedade, atuando sobre o seu conceito e o seu conteúdo (Silva, 1997, p. 239-240).

A função social amolda o direito individual de propriedade – e o interesse individual do proprietário – ao interesse de toda a coletividade (Hironaka, 1988, p. 142). A noção de função social da propriedade afasta a idéia da propriedade individual “como corolário da liberdade individual e absoluta” (Szaniawski, 2000, p. 133) e impõe ao proprietário que utilize sua propriedade de maneira a conjugar o seu interesse individual e o interesse coletivo.

Para cumprir sua função a propriedade deve produzir de modo a contribuir para a melhoria de condições, não só de seu titular, mas de toda a coletividade, em respeito ao objetivo constitucional de construir uma sociedade justa e solidária. A propriedade que não cumpre sua função social não pode ser tutelada pelo ordenamento, que submete os interesses patrimoniais aos princípios fundamentais.

A Constituição Federal garante o direito de propriedade, desde que este exerça sua função social.<sup>2</sup> O próprio texto constitucional determina a funcionalidade da propriedade, ao estabelecer a dignidade da pessoa humana como fundamento da República e determinar como objetivo fundamental a justiça social. Assim sendo, a propriedade somente poderá ser considerada socialmente funcional quando respeitar a dignidade da pessoa humana e contribuir para o desenvolvimento nacional e a diminuição das desigualdades sociais (Gondinho, 2000, p. 413).

O direito de propriedade não é concedido ou reconhecido<sup>3</sup> em razão da função social, mas deve ser exercido de acordo com esta. A função social constitui-se, então, em título justificativo dos poderes do titular da propriedade.

---

<sup>2</sup> O direito de propriedade e a função social da propriedade estão expressos na Constituição Federal de 1988 como direitos fundamentais (artigo 5º: “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: (...) XXII – é garantido o direito de propriedade; XXIII – a propriedade atenderá a sua função social”) e como princípios da ordem econômica (artigo 170: “A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: (...) II – propriedade privada; III – função social da propriedade”), com a mesma força normativa, constituindo mandamentos que merecem igual observância.

<sup>3</sup> Em sentido contrário, entende Derani (2002, p. 59): “A norma que dispõe sobre a função social da propriedade cria o ônus do proprietário privado perante a sociedade. (...) O ônus imposto sobre o sujeito proprietário significa que sua atuação deve trazer um resultado vantajoso para a sociedade, *a fim de que este poder individualizado seja reconhecido legalmente*” [sem grifo no original].

A função social não se limita apenas a impor restrições aos poderes do proprietário. Entre outros autores que compartilham esse posicionamento, Pietro Perlingieri (2002, p. 226) defende que essa visão restrita de função social é incompleta, pois se aproximaria muito da concepção tradicional,<sup>4</sup> afirmando que:

Em um sistema inspirado na solidariedade política, econômica e social e ao pleno desenvolvimento da pessoa (...) o conteúdo da função social assume um papel de tipo promocional, no sentido de que a disciplina das formas de propriedade e as suas interpretações deveriam ser atuadas para garantir e para promover os valores sobre os quais se funda o ordenamento. E isso não se realiza somente finalizando a disciplina dos limites à função social.

Da mesma forma que a função social da propriedade não se restringe à imposição de limites, sua efetividade não pode ser verificada apenas pelo seu fim alcançado, pois o atendimento à função social é um processo em que “o resultado conforme fins sociais é a coroação do desenvolvimento da relação de propriedade” (Derani, 2002, p. 60).

Mesmo que a função social da propriedade seja uma concepção mutável, que se adapta de acordo com o momento histórico e o respectivo ordenamento positivo vigente (Gondinho, 2000, p. 429), a socialidade da propriedade não é resultado apenas da proteção que lhe é conferida atualmente pela Constituição Federal e pelo Código Civil. A socialidade não é atributo exclusivo da propriedade, mas de todo o direito (Szaniawski, 2000, p. 155). Assim, não rege apenas o instituto da propriedade, aspecto estático da riqueza, mas também a empresa, considerada no seu aspecto dinâmico, e o contrato,<sup>5</sup> instrumento jurídico para a sua circulação (Lobo, 2002, p. 191).

---

<sup>4</sup> De acordo com Martins-Costa e Branco (2002, p. 146), a noção de função social começou a ser formulada pela jurisprudência francesa a partir da figura do abuso de direito, mas ainda estava restrita à imposição de determinados limites ao poder absoluto do proprietário, de modo que não alterava a estrutura do direito subjetivo.

<sup>5</sup> Para Theodoro Júnior (2003, p. 36), o princípio da socialidade está inserido no direito contratual no Código Civil de 2002 como “o compromisso de todo o direito dos contratos com a ideologia constitucional de submeter a ordem econômica aos critérios sociais, mediante a harmonização da liberdade individual (autonomia da vontade) com os interesses da coletividade (função social)”.

## ***Função Social do Contrato***

O contrato é um instituto jurídico destinado a promover a realização de operações econômicas na sociedade. O contrato continua como instrumento eficaz na finalidade de possibilitar a circulação e acumulação de riquezas (Mello, 2002, p. 17), mas, da mesma forma que a propriedade, atualmente é regulado e limitado, com o objetivo de alcançar sua função social (Marques, 2002, p. 102).

A função social do contrato já era prevista na Constituição Federal de 1988 por interpretação extensiva, com base no preceito constitucional da função social da propriedade considerada em sentido amplo, estendida às obrigações e aos contratos, como concepção de justiça que orienta toda a ordem econômica. Com o advento do novo Código Civil, tem disposição específica, com o artigo 421,<sup>6</sup> que restringe expressamente os limites da liberdade contratual.

Desse modo, o contrato não se presta apenas a criar direitos e deveres para as partes individualmente consideradas, mas também o aspecto social que incrementa seu engajamento na sociedade globalizada, atendendo à função social antes de qualquer coisa. A função social é orientada pelos ideais do Estado social, que recoloca o ser humano como centro da preocupação do Direito, com o objetivo de promover a dignidade humana e a justiça social.<sup>7</sup> Nessa linha, ao contrário do que ocorria no Estado liberal, o Estado social tem um papel intervencionista em relação à atividade negocial, estabelecendo por meio da legislação os fins sociais que os institutos privados devem obedecer, relativos “à dignidade da pessoa humana e à redução das desigualdades culturais e materiais” (Tepedino, 1999, p. 201).

---

<sup>6</sup> Dispõe o artigo 421/CC: “A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato”.

<sup>7</sup> Sobre a noção de justiça social, ver Farias, 1998, p. 58ss.

Trata-se de uma nova concepção de contrato, que Cláudia Lima Marques (2002, p. 101) assim sintetiza:

A nova concepção de contrato é uma concepção *social* deste instrumento jurídico, para a qual não só o momento da manifestação da vontade (consenso) importa, mas onde também e principalmente os *efeitos* do contrato na sociedade serão levados em conta e onde a condição social e econômica das pessoas nele envolvidas ganha em importância.

Dentro dessa concepção moderna de contrato, regras de ordem pública impõem que o interesse coletivo prevaleça sobre as conveniências individuais, com o intuito de impedir que o mais forte economicamente se sobreponha ao mais fraco (Moura, 1988, p. 249). Nesse contexto, a função social somente será alcançada quando o contrato reunir a justiça contratual e o bem comum (Santos, 2002, p. 101). De modo que o contrato deve estar perfeito e equilibrado internamente, respeitando a autonomia privada, a boa-fé objetiva e o equilíbrio contratual, e sob o ponto de vista externo, deve atender aos interesses da coletividade (Santos, 2003, p. 109).

A base da função social do contrato não é consenso entre os autores. Para alguns, a superação do individualismo e a imposição da solidariedade no direito contratual estariam baseadas no princípio da igualdade substancial.<sup>8</sup> Outros, como Antônio Junqueira de Azevedo, entendem que a função social do contrato é estabelecida constitucionalmente pelo *caput* do artigo 170 da Constituição Federal, ao impor que as relações contratuais não podem trazer qualquer prejuízo à sociedade, devendo se estabelecer em uma “ordem social harmônica” (Theodoro Júnior, 2003, p. 45). Há, ainda, quem baseie a fundamentação constitucional do contrato nos princípios da dignidade da pessoa humana e da livre iniciativa,

---

<sup>8</sup> Com esse posicionamento, Reis, 2001, p. 126.

em que o contrato deve conciliar esses dois preceitos constitucionais em busca do desenvolvimento nacional e da justiça social (Hora Neto, 2003, p. 46). Paulo Nalin (2001, p. 223), embora reconheça a dificuldade dessa definição conceitual, defende que o princípio privado da boa-fé objetiva, fundado no valor constitucional da solidariedade, seria o fundamento mais sólido para caracterizar a função social do contrato.

É importante ressaltar que, embora o contrato tenha uma função social a cumprir, sua função econômica não foi afastada. Assim, ao mesmo tempo em que deve haver a conciliação entre os interesses particulares e os da coletividade, os direitos individuais devem ser respeitados, de vez que também são protegidos constitucionalmente.<sup>9</sup> De modo que o contrato continua como “acordo entre as partes interessadas para alcançar um determinado objetivo, por elas definido em todos os seus aspectos” (Wald, 2002, p. 28-29).

Para reforçar a importância que ainda possui dentro do cenário econômico, vale salientar que o contrato “é não mais o instrumento a serviço da propriedade, mas sim a serviço da empresa, para atendimento das suas finalidades” (Seleme, 2000, p. 268). Com esse entendimento, Enzo Roppo (1998, p. 67) afirma:

Se o contrato adquire relevância cada vez maior com o progressivo afirmar-se do primado da iniciativa da empresa relativamente ao exercício do direito de propriedade, é também porque este constitui um *instrumento indispensável ao desenvolvimento profícuo e eficaz de toda a atividade econômica organizada.*

De modo que se percebe claramente a interligação entre propriedade, contrato e empresa, pelo qual todos esses institutos devem, além de cumprir seu papel econômico, igualmente desempenhar sua função social, sempre privilegiando os interesses da sociedade em detrimento de vantagens individuais.

---

<sup>9</sup> Os direitos contratuais são protegidos pelo artigo 5º, LIV/CF, em virtude do qual ninguém pode ser privado dos seus bens e dos seus direitos sem o devido processo legal.



## ***Função Social da Empresa***

A importância da empresa na sociedade contemporânea é incontestável, pois é a instituição social que proporciona a maior parte dos bens e serviços oferecidos e consumidos no mercado, além de fornecer considerável parcela de suas receitas ao Estado (Arnoldi; Michelin, 2002, p. 244). A empresa tem estreita ligação com o instituto da propriedade, mas a sua concepção tradicional, com o objetivo único de gerar riquezas e obter lucros para os seus proprietários/acionistas, não atende às atuais necessidades econômico-sociais da sociedade (Duarte; Dias, 1986, p. 52).

Na sociedade contemporânea há a conformação de uma nova consciência, com a retomada de certos valores – como a valorização do ser humano – e a preocupação com o aspecto social. De modo que a empresa tradicional entra em conflito com os presentes anseios da sociedade, que espera que ela não apenas forneça produtos ou serviços de qualidade, gere empregos, pague seus impostos e não polua o meio ambiente. A empresa precisa redefinir sua função na sociedade, considerando em suas atividades não apenas os anseios de seus acionistas, mas de toda a coletividade. Ela deve demonstrar sua utilidade social, contribuir para a justiça social e o bem comum (Duarte; Dias, 1986, p. 38).

A empresa permanece com sua essência de produção e circulação de riquezas, mas suas atividades devem estar comprometidas com a busca de maior justiça social em nosso país. A posição defendida por Fábio Comparato (1996, p. 43) de que a empresa tem – e deve ter – por único propósito a obtenção de lucros, e que sua função social aí residiria, já não pode ser aceita, por se tratar de uma visão desatualizada, em desconformidade com os anseios sociais atuais. A empresa desempenha hoje um papel muito importante na sociedade, de forma que não pode se eximir de cumprir também uma função social.

A função social da empresa se manifesta mediante um conjunto de ações que envolvem o poder-dever da instituição de empreender suas atividades em harmonia com o interesse público. Derivada da teo-

ria da função social da propriedade, seu fundamento está no poder que a empresa detém, pois ela representa um influente agente socioeconômico no local onde exerce suas atividades. É em razão do poder que lhe é inerente que a empresa deve arcar com um papel social perante a comunidade (Arnoldi; Michelan, 2002, p. 247).

Há quem entenda, como Orlando Gomes, que a empresa deve cumprir o seu papel social não pelo poder que detém na sociedade, mas porque é a forma de exercer o direito de propriedade de certos bens. Ao tratar de função social, sob a perspectiva que defende, há de se distinguir os bens de consumo dos de produção, pois acredita que aqueles são de uso pessoal e livres de qualquer restrição, enquanto estes – exercidos atualmente sob a forma de empresa – devem sujeitar-se às disposições e limitações legais, para evitar que ocorram abusos (Gomes, 2001, p. 75).

Esse é um posicionamento controvertido, pois há autores que defendem que realmente só pode ser exigido da empresa o cumprimento da função social no exercício de sua atividade econômica,<sup>10</sup> enquanto outros entendem que todos os bens devem cumprir com sua função social, e não apenas os destinados à produção.<sup>11</sup> Há ainda quem julgue que os bens que devem atender a uma função social estão elencados expressamente na Constituição Federal.<sup>12</sup>

De qualquer forma, a necessidade de a empresa desempenhar, juntamente com sua função econômica, uma função social, é cada vez mais reconhecida, tanto por juristas quanto pelos próprios empresários.

<sup>10</sup> Como, por exemplo, Fábio Konder Comparato (1986, p. 72-75), Eros Roberto Grau (2000, p. 258) e Eduardo Tomasevicius Filho (2003, p. 40).

<sup>11</sup> Apenas para citar alguns: André Osório Gondinho (2000, p. 426-428), Carlos Araújo Leonetti (1999, p. 736ss), Diana Coelho Barbosa (1995, p. 111), Elimar Szaniawski (2000, p. 152-153).

<sup>12</sup> Com esse entendimento, Cristiane Derani (2002, p. 63-66) acredita que os bens aptos a servir aos interesses privados e da coletividade sejam: os destinados à produção econômica (artigo 170, III/CF), a propriedade urbana (artigo 182, §2º/CF), a propriedade agrária (artigo 186/CF), os bens culturais (artigo 216/CF) e os bens ambientais (artigo 225/CF).

Embora ainda em fase de construção, a matéria não é de fato novidade em nosso ordenamento, pois já estava consagrada no Direito brasileiro desde 1976, pelo artigo 116, parágrafo único,<sup>13</sup> e do artigo 154<sup>14</sup> da Lei de Sociedades por Ações (Lei 6.404/76).

Ademais, pode-se considerar ainda que a própria Constituição Federal de 1988, ao estabelecer como fundamento do país a dignidade da pessoa humana (artigo 1º, III/CF), objetivo fundamental à construção de uma sociedade mais justa e solidária (artigo 3º, I/CF), e como princípios da ordem econômica a função social da propriedade e a redução das desigualdades regionais e sociais (artigo 170, III e VII/CF), já estava direcionando a empresa para sua finalidade social.<sup>15</sup>

Não resta dúvida que estamos diante de um novo direito de empresa, no qual se percebe a imposição de uma ética empresarial,<sup>16</sup> em que a empresa, no exercício de suas atividades, ao mesmo tempo em que busca o lucro deve desempenhar seus deveres e responsabilidades sociais. É em razão desse atual cenário jurídico que as ações resultantes da função social da empresa não devem ser confundidas com filantropia ou *marketing*, ou ainda, mero modismo (Nones, 2002, p. 116), como veremos a seguir.

---

<sup>13</sup> Artigo 116, parágrafo único da Lei 6.404/76: “O acionista controlador deve usar o poder com o fim de fazer a companhia realizar o seu objetivo a cumprir sua função social, e tem deveres e responsabilidades para com os demais acionistas da empresa, os que nela trabalham e para com a comunidade em que atua, cujos direitos e interesses deve lealmente respeitar e atender”.

<sup>14</sup> Artigo 154 da Lei 6.404/76: “O administrador deve exercer as atribuições que a lei e o estatuto lhe conferem para lograr os fins e no interesse da companhia, satisfecitas as exigências do bem público e da função social da empresa”.

<sup>15</sup> Para Eduardo Teixeira Farah (2002, p. 675), os princípios que regulam a ordem econômica devem estar em harmonia com as diretrizes estabelecidas pelos artigos 1º e 3º da Constituição Federal, em especial a da dignidade da pessoa humana e a da solidariedade social.

<sup>16</sup> É a observância de uma ética empresarial que distingue a boa da má corporação, a empresa idônea da inidônea, o verdadeiro empresário do aventureiro (Lamy Filho, 1992, p. 59-60).

# Responsabilidade Social empresarial

## *Conceito e Fundamento*

A responsabilidade social é uma nova consciência do contexto social e cultural no qual se inserem as empresas e os cidadãos. Ela pode ser entendida como a contribuição direta destas para o desenvolvimento social, e a criação de uma sociedade mais justa e igualitária, por meio da condução correta de seus negócios ou de suas ações pessoais.

Sob o enfoque empresarial, a responsabilidade social consiste em uma nova forma de gestão, baseada em valores e atitudes éticas, e preocupada com o impacto que suas atividades causam em todas as partes envolvidas – os chamados *stakeholders*<sup>17</sup> –, de forma que a empresa se torne co-responsável pelo desenvolvimento social.

A responsabilidade social empresarial pode ser percebida em dois âmbitos distintos: interno e externo. No âmbito interno são considerados parceiros nas atividades empresariais: acionistas, investidores, administradores e funcionários. Já no âmbito externo estão incluídas todas as relações com terceiros, tais como credores, fornecedores, consumidores, concorrentes, comunidade, governo e meio ambiente.

Assim, a conduta na administração dos negócios deve ser permeada pelo comprometimento, integração e colaboração com a comunidade. Segundo Peter Drucker (2002, p. 706), as responsabilidades sociais são “as obrigações da entidade para com a sociedade em que opera”. Ou, de acordo com a Comissão das Comunidades Europeias (2001), “a responsabilidade social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo”.

---

<sup>17</sup> Segundo Patrícia Almeida Ashley (2003, p. 167), *stakeholders* são “agentes sociais e econômicos cujos interesses afetam ou são afetados por uma empresa”.

Para Patrícia Almeida Ashley (2003, p. 6-7), o significado de responsabilidade social pode ser explicado da seguinte forma:

Responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetam positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela.

Em razão da pouca tradição na matéria, em nosso país ainda é comum confundir cidadania empresarial com filantropia, ou com investimentos que a entidade faz na comunidade. A filantropia não deixa de ser ação social da empresa que beneficia a comunidade, mas a idéia de responsabilidade social é muito mais abrangente (Grajew, 2000, p. 40). Para ter uma boa imagem perante o mercado, e conquistar a confiança das pessoas de suas relações, já não basta que a empresa faça doações esparsas ou participe de determinadas campanhas. É necessário um comprometimento maior, em que todas as atividades empreendidas pela entidade tenham resultado positivo em toda a sociedade.

Com a responsabilidade social, a empresa não pode mais se restringir à obtenção do maior lucro possível para os acionistas da organização, pois suas responsabilidades não são somente as prescritas em lei, mas também incluem as determinadas pela ética. Há um imperativo ético de comprometimento com toda a sociedade, buscando atender, além de suas demandas econômicas, as exigências sociais (Duarte; Dias, 1986, p. 51-56).

Dentro dessa visão mais solidarista,<sup>18</sup> para que justifique sua existência a empresa deve proporcionar benefícios à comunidade. Assim como ocorre com a propriedade, a empresa somente se legitima ao afir-

---

<sup>18</sup> “O direito de solidariedade se sobrepõe ao individualismo em matéria de organização social e política. Trata-se de uma ruptura na história do Estado de Direito” (Farias, 1998, p. 277).

mar valores que transcendam seu titular (Justen Filho, 1998, p. 130). De maneira que a organização deve assumir toda a responsabilidade por eventuais custos sociais de suas atividades – como poluição, acidentes de trabalho, degradação do meio ambiente, dano ao consumidor, etc. – e levar em consideração, além dos objetivos dos acionistas, os anseios da comunidade (Duarte; Dias, 1986, p. 39).

O fundamento da responsabilidade social nos negócios está no poder que a empresa detém, não só poder econômico, mas também político e social. Diante principalmente de sua importância econômica, as empresas não podem fazer valer seu poder de maneira a atender unicamente aos interesses de seus titulares. Ao exercer suas atividades, a empresa deve conjugar seus objetivos – especialmente a busca do lucro – com os interesses e as necessidades da comunidade onde atua (Tomasevicius Filho, 2003, p. 47), pois muitas de suas decisões têm conseqüências que influenciam a vida da sociedade em geral (Lamy Filho, 1992, p. 58).

Torna-se evidente, então, que a responsabilidade social empresarial e a função social da empresa são conceitos interligados, e os deveres e responsabilidades sociais decorrem da própria função social da empresa. E a esta, para ser considerada cidadã, precisa assumir um compromisso a favor da promoção da cidadania e do desenvolvimento das comunidades, ajustando-se às atuais necessidades sociais.

Outro fator que levou à exigência de uma atitude mais comprometida das empresas com a justiça social é a incapacidade dos governos para resolverem os principais problemas sociais, o que faz com que as atividades empresariais precisem contribuir para a melhoria da qualidade de vida de toda a sociedade (Drucker, 2002, p. 326-327). Se o Primeiro Setor, que é o próprio Estado, não consegue promover o bem-estar social, e o Segundo Setor – o mercado – favorece a desigualdade e a exclusão social, realmente é necessário à estruturação e o funcionamento do Terceiro Setor,<sup>19</sup> base da formação de uma “nova ordem social”,

---

<sup>19</sup> O Terceiro Setor é uma esfera pública não-governamental, que compreende ações particulares que visam ao bem-estar público, especialmente a diminuição da pobreza, da desigualdade e da exclusão social.

defendida pelo sociólogo alemão Claus Offe.<sup>20</sup> Ou seja, face a ineficácia do Estado frente a todos os problemas sociais que enfrentamos em nosso país, a responsabilidade social é uma maneira de as empresas colaborarem com o Estado “ao invés de ficar esperando que o Estado tome todas as providências nessas áreas” (Tomasevicius Filho, 2003, p. 46).

Embora reconhecendo esses valores de cunho social, há autores que defendem que a principal responsabilidade social da empresa é o bom desempenho de sua própria função.<sup>21</sup> Se a entidade não desempenhar bem sua atividade, não gerará riquezas nem empregos, e não poderá ser considerada socialmente responsável, ainda que desenvolva muitas atividades úteis para a sociedade. Assim, para realizar atividades em benefício da comunidade, as empresas não podem prejudicar o desempenho de sua atividade principal, que, nesse raciocínio, constituem sua responsabilidade fundamental e o motivo de sua existência.<sup>22</sup>

Com semelhantes objeções à responsabilidade social empresarial, Friedman entende que dirigir uma organização sem buscar exclusivamente o máximo de lucratividade é violar as obrigações legais, morais e institucionais da corporação. Já Leavitt baseia sua rejeição no aspecto institucional, afirmando que outras instituições – como governo, igrejas, ONGs – atuam em prol das necessidades sociais. Além disso, os administradores não teriam legitimidade, tempo ou técnica para tais atividades, que seriam essencialmente um ônus sobre o lucro dos acionistas (Ashley, 2003, p. 21-22).

---

<sup>20</sup> Para Offe (*apud* Melo Neto; Froes, 2001, p. 2), “ao lado do Estado e do mercado, entidades comunitárias como as ONGs e as igrejas vão formar uma nova ordem social”.

<sup>21</sup> Com o mesmo posicionamento de Peter Drucker, defende Eduardo Farah (2002, p. 689-690): “Indubitavelmente o principal dever da empresa, em face da solidariedade social, é permanecer viva e operativa, ou seja, manter-se econômica e financeiramente estável”.

<sup>22</sup> Reafirmando sua atitude extremamente receosa diante da responsabilidade social nos negócios, Drucker (2002, p. 343-350) argumenta ainda ser esta uma dupla irresponsabilidade por parte das empresas, posto que não possuiriam competência para exercer tais atividades, e porque configuraria uma ânsia de poder, que em verdade caberia às autoridades.

Apesar de tudo, a relutância em aceitar que as organizações devem exercer, ao lado de suas habituais atividades econômicas, ações benéficas para a comunidade, é cada vez menor. Mesmo as empresas mais conservadoras vêem na responsabilidade social uma forma de potencializar seu desenvolvimento, e até aumentar seu lucro. Isso porque resultados positivos como a valorização da marca e da imagem institucional, aumento da lealdade dos consumidores e maior capacidade de recrutar e manter talentos em seus quadros funcionais são percebidos nas entidades comprometidas com o bem-estar social.

Por isso, é necessário cautela antes de concluir que uma empresa está assumindo verdadeiramente suas responsabilidades sociais. É importante saber os reais motivos de sua atuação, para que não seja apenas motivada por *marketing*, para evitar possíveis questões judiciais ou de forma compensatória a atividades prejudiciais que desenvolve. A motivação da empresa ao se comprometer com atividades de interesse social deve ser autêntica, pois somente com um real compromisso com a comunidade é que a empresa torna-se socialmente responsável e traz consigo a possibilidade de desenvolvimento sustentável (Duarte; Dias, 1986, p. 114).

### ***Responsabilidade Social das Empresas com seus Consumidores***

Para ser considerada socialmente responsável é extremamente importante avaliar a maneira pela qual a organização se relaciona, não só com o mercado, mas com toda a comunidade. Considerando seu público externo, percebe-se que o respeito aos consumidores é uma característica essencial para uma atitude responsável da empresa. O compromisso social, nesse sentido, não é de excluir quaisquer possibilidades de erros – que são passíveis de ocorrer em qualquer atividade –, mas a forma como são tratados (Vilela, 2002, p. 206). Nas relações das empresas com seus consumidores, o diferencial está no elemento ético imposto pela legislação nas contratações. Essas normas impostas são essencialmente as provenientes das leis de defesa dos direitos do consumidor.



O Direito do Consumidor é um Direito especial, aplicável às relações de consumo, e tem por finalidade restabelecer o equilíbrio contratual, com a efetivação de uma igualdade jurídica entre as partes para compensar a desigualdade material entre os contratantes, com base nos princípios da boa-fé, da transparência e da lealdade. A desigualdade se revela pela superioridade técnica e econômica do fornecedor, que tem condições e conhecimentos muito mais amplos do que o consumidor, que, muitas vezes, não tem condições de manifestar sua vontade de maneira consciente e livre.

Quando houve o reconhecimento de que as escolhas do consumidor eram induzidas pelos fornecedores, mediante promessas de qualidade nem sempre reais, fez-se necessário evitar e corrigir tal abuso de direito para restabelecer a justiça, respeitando a real vontade das partes. Assim, o Estado interveio para evitar que cláusulas contratuais fossem impostas unilateralmente pelos fornecedores aos consumidores. Diante de tal realidade, o Código de Defesa do Consumidor restringiu a liberdade contratual no âmbito das relações de consumo, invalidando cláusulas e instituindo padrões de conduta a serem seguidos pelos fornecedores de produtos e serviços.

O Código de Defesa Consumidor (Lei 8.078/90) é uma lei de função social,<sup>23</sup> que, ao impor uma nova conduta, visa a tutelar um grupo específico de indivíduos considerados vulneráveis às práticas abusivas do livre mercado. Essa legislação dá efetividade à norma constitucional<sup>24</sup> determinadora da proteção dos consumidores, eis que reconhecida a sua vulnerabilidade no mercado de consumo ante os demais agentes

---

<sup>23</sup> As leis de função social são as leis típicas do intervencionismo do Estado social no domínio econômico, criadas com a finalidade de servir de parâmetro de nova orientação, de efetivo instrumento para alcançar o equilíbrio social que o legislador moderno pretende realizar, ao buscar a proteção dos interesses da parte mais fraca de uma relação jurídica.

<sup>24</sup> Na Constituição Federal os direitos do consumidor estão elencados entre os direitos fundamentais (artigo 5º, XXXII/CF) e os princípios que regem a atividade econômica (artigo 170, V/CF).

econômicos. Suas normas são de interesse social, às quais o legislador concedeu um abrangente e interdisciplinar campo de aplicação, para que possam cumprir sua função de transformar a sociedade. Com a prevalência dos interesses públicos sobre os privados, deu-se início a uma transformação, pela qual as normas imperativas passaram a regular as contratações, representando um avanço no alcance da função social do contrato.

Na sociedade de consumo moderna, à procura do equilíbrio contratual, o Direito destaca o papel da lei como limitadora e como verdadeira legitimadora da autonomia da vontade, pois passa a proteger determinados interesses sociais, valorizando a confiança depositada no vínculo, as expectativas e a boa-fé das partes contratantes (Marques, 2002, p. 101). O Código de Defesa do Consumidor expressa a boa-fé objetiva como princípio geral da legislação de consumo,<sup>25</sup> e a sua prevalência em todos os momentos do contrato, sob pena de nulidade (Nalin, 2001, p. 137).

O mundo contemporâneo impõe uma noção pós-moderna de contrato, em que novos ditames – tais como a relatividade dos contratos, a boa-fé objetiva, a equidade das prestações, a defesa do hipossuficiente, a justiça contratual e a finalidade do contrato – devem ser obrigatoriamente observados, revelando um respeito maior pelos interesses sociais envolvidos.

Diante desse cenário, fica claro que em todos os contratos realizados pelas empresas deve estar sempre presente a diretriz constitucional da solidariedade social, que obriga as organizações a respeitarem seus consumidores – e toda a comunidade. Se não respeitar o consumidor, a empresa não pode ser considerada socialmente responsável,<sup>26</sup> e, da mes-

---

<sup>25</sup> A imposição da boa-fé não ocorre somente nas relações de consumo, pois o Código Civil (Lei 10.406/02), dispõe, no artigo 422: “Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios da probidade e boa-fé”, de modo que este princípio deve ser observado em todas as contratações.

<sup>26</sup> Nesse sentido, Oded Grajew (2000, p. 42) ressalta que: “Uma empresa socialmente responsável não pode produzir maus produtos. Ela fabrica produtos de qualidade, seguros, e presta bons serviços. Isso faz parte do respeito ao consumidor”.

ma forma, não será possível a construção de uma sociedade realmente solidária. Nesse sentido, mesmo que o advento do Código de Defesa do Consumidor represente um grande avanço em busca de maior equilíbrio nas relações de consumo, a solidariedade social somente será plenamente alcançada com o total respeito aos consumidores. E quanto maior for a informação e a educação nesse sentido, maior participação os consumidores terão nesse processo, eis que terão maiores exigências quanto à responsabilidade e ao comprometimento das empresas com a comunidade (Farah, 2002, p. 706-708).

A responsabilidade social, quando concretizada em sua forma autêntica, além de ser necessária por seu fundamento ético, é uma atitude que traz outras vantagens para a empresa socialmente responsável, além do benefício comum, tal como a conquista da lealdade de seus clientes. Percebe-se, cada vez mais, que os consumidores querem, além de bons produtos e serviços, fornecedores que estejam comprometidos com a melhoria da qualidade de vida da comunidade.<sup>27</sup> Quando percebe a existência de consciência social, o consumidor se identifica com a empresa sob o prisma do exercício da cidadania, criando vínculos de fidelidade difíceis de ocorrer com entidades que cultivam valores diferentes (Melo Neto; Froes, 2001, p. 101).

Para a empresa conquistar – e manter – uma boa imagem perante o mercado, não basta apenas, como antigamente, oferecer bons produtos e serviços, gerar empregos e pagar seus impostos. Ela tem de fazer isso e ainda colaborar no desenvolvimento social da comunidade na qual está instalada, para corresponder às expectativas do consumidor atual, que mostra maior consciência e valoriza aspectos éticos ligados à cidadania (Ashley, 2003, p. 3).

---

<sup>27</sup> De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Ethos e pelo jornal Valor, 31% dos consumidores brasileiros prestigiaram ou puniram uma empresa com base em sua conduta social. Entre os identificados como “líderes de opinião”, esse índice chega a 50% e, entre os entrevistados com maior nível de escolaridade, 40% revelaram o mesmo comportamento. Para 51% dos consumidores, a ética dos negócios é um dos principais fatores para se avaliar uma empresa (Ashley, 2003, p. 71).

Assim, não há como as empresas escaparem da realidade que se configura atualmente: se quiserem crescer, se desenvolver, ou simplesmente se manter no mercado, é preciso que incorporem em suas atividades a qualidade ética nas relações com seus diversos públicos. A responsabilidade social empresarial é um conceito em construção e requer uma mudança cultural, mas no Brasil de hoje é a maior contribuição que as empresas podem oferecer para a consolidação de uma sociedade mais justa e solidária (Grajew, 2000, p. 47).

## Conclusão

Nos países em estágio de desenvolvimento mais avançado, a doutrina da responsabilidade social já está consolidada. No Brasil, a idéia é relativamente recente, e encontra barreiras no próprio desconhecimento – e conseqüente receio – por parte do empresariado, que já tem de desenvolver suas atividades em meio a situação econômica tão adversa. Paulatinamente, contudo, a idéia de que a responsabilidade social representa um encargo é abandonada, e em seu lugar, cresce o entendimento de que, além de ser um investimento rentável, a atitude socialmente responsável é necessária para a construção de uma sociedade mais justa e solidária – um dos objetivos da República Federativa do Brasil, expressa no artigo 3º, inciso I da Constituição Federal de 1988.

Diante da disposição constitucional e da nova mentalidade que vem surgindo em toda a sociedade, de construção de uma sociedade mais justa e igualitária, a empresa não pode mais ser concebida da mesma forma que em épocas anteriores. Atualmente não se aceita mais que uma empresa vise exclusivamente ao lucro, sem se preocupar com a repercussão que suas atividades possam causar à comunidade em que está instalada. Com a responsabilidade social, há uma profunda transformação na concepção de empresa e de seu papel na sociedade. Grandes e

pequenas organizações têm responsabilidade social – evidentemente que de forma proporcional, mas nenhuma delas pode se eximir de suas responsabilidades, de forma que todas as suas ações devem ser norteadas pelos valores e atitudes éticas, com o objetivo de proporcionar o maior bem possível a toda a sociedade.

A responsabilidade social pode ter seu conceito formulado por meio dos conhecimentos da administração de empresas, mas tem íntima ligação com a doutrina da função social da empresa. A empresa, assim como o contrato, ambos desdobramentos do direito de propriedade, necessitam atender a uma função social. Não basta apenas que esses institutos atendam aos interesses privados de seus titulares, mas devem trazer benefícios a toda a coletividade. Essa interligação entre função social da empresa, função social do contrato e responsabilidade social fica ainda mais evidente nas relações das empresas com seus consumidores. Ao efetuar contratos no âmbito das relações de consumo, a empresa deve atender sua função social, e a responsabilidade social norteará as ações da empresa não só com os consumidores-contratantes, mas com todas as partes envolvidas.

A responsabilidade social está presente em todas as ações das empresas, de forma que as relações com seus consumidores é apenas uma de suas manifestações. Apenas foi eleito esse aspecto por permitir uma visão clara dessa interligação entre gestão empresarial e princípios jurídicos. Não é demais ressaltar que a responsabilidade social não é simples modismo, ou fenômeno passageiro que será esquecido em pouco tempo. Ao contrário, é um processo contínuo e irreversível. É momento de mudança de posturas, em que deve haver a valorização dos valores éticos, para a construção de uma nova realidade econômica e social. E as empresas que não se adequarem a essa nova postura, infelizmente, não terão espaço para continuar suas atividades.

## Referências

ARNOLDI, Paulo Roberto Colombo; MICHELAN, Tais Cristina de Camargo. Novos enfoques da função social da empresa numa economia globalizada. *Revista de Direito Privado*, São Paulo, v. 3, n. 11, p. 244-250, jul.-set. 2002.

ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2003.

BARBOSA, Diana Coelho. A função social da propriedade. *Direito. Programa de Pós-Graduação em Direito – PUC/SP*, São Paulo, n. 2, p. 111-129, 1995.

BRASIL. *Código civil e legislação civil em vigor*. Org. de Theotonio Negrão com a colaboração de José Roberto Ferreira Gouvêa. 22. ed. atual. São Paulo: Saraiva, 2003a.

\_\_\_\_\_. *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 5 de outubro de 1988. 31. ed. São Paulo: Saraiva, 2003b.

\_\_\_\_\_. Lei n. 6.404, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as sociedades por ações. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*. Brasília, DF, 17 dez. 1976. Juris Plenum, ed. 66, jul.-ago. 2002. 2 CD-ROM.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS. *Livro Verde*: promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. Bruxelas, 18.07.2001.

COMPARATO, Fábio Konder. Estado, empresa e função social. *Revista dos Tribunais*. São Paulo, v. 85, n. 732, p. 38-46, out. 1996.

\_\_\_\_\_. Função social da propriedade dos bens de produção. *Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro*, São Paulo, v. 25, n. 63, p. 71-79, jul.-set. 1986.

DERANI, Cristiane. A propriedade na Constituição de 1988 e o conteúdo da função social. *Revista de Direito Ambiental*, São Paulo, v. 7, n. 27, p. 58-69, jul.-set. 2002.

DRUCKER, Peter Ferdinand. *Introdução à administração*. Trad.de Carlos Malferrari. 3. ed. 3. reimp. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

DUARTE, Gleuso Damasceno; DIAS, José Maria. *Responsabilidade social: a empresa hoje*. Rio de Janeiro; São Paulo: Livros Técnicos e Científicos; Fundação Assistencial Brahma, 1986.

FARAH, Eduardo Teixeira. A disciplina da empresa e o princípio da solidariedade social. In: MARTINS-COSTA, Judith. (Org.). *A reconstrução do direito privado: reflexos dos princípios, diretrizes e direitos fundamentais constitucionais no direito privado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 662-714.

FARIAS, José Fernando de Castro. *A origem do direito de solidariedade*. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.

GOMES, Orlando. *Introdução ao Direito Civil*. 18. ed. 2. tir. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

GONDINHO, André Osório. Função social da propriedade. In: TEPEDINO, Gustavo. (Coord.). *Problemas de Direito Civil-Constitucional*. Rio de Janeiro: Renovar, 2000. p. 397-433.

GRAJEW, Oded. Negócios e responsabilidade social. In: ESTEVES, Sérgio A. P. (Org.). *O dragão e a borboleta: sustentabilidade e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Axis Mundi; AMCE, 2000.

GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1998*. 5. ed. São Paulo: Malheiros, 2000.

GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 6. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

HIRONAKA, Giselda Maria Fernandes Novaes. A função social do contrato. *Revista de Direito Civil, Imobiliário, Agrário e Empresarial*, São Paulo, v. 12, n. 45, p.141-152, jul.-set. 1988.

HORA NETO, João. O princípio da função social do contrato no código civil de 2002. *Revista de Direito Privado*, São Paulo, v. 4, n. 14, p. 38-48, abr.-jun. 2003.

JUSTEN FILHO, Marçal. Empresa, ordem econômica e Constituição. *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, n. 212, p. 109-133, abr.-jun. 1998.

LAMY FILHO, Alfredo. A função social da empresa e o imperativo de sua reumanização. *Revista de Direito Administrativo*. Rio de Janeiro, n. 190, p. 54-60, out.-dez. 1992.

LEONETTI, Carlos Araújo. Função social da propriedade. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 88, n. 770, p. 729-740, dez. 1999.

LOBO, Paulo Luiz Netto. Princípios sociais dos contratos no Código de Defesa do Consumidor e no novo Código Civil. *Revista de Direito do Consumidor*. São Paulo, n. 42, p. 187-195, abr.-jun. 2002.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

MARTINS-COSTA, Judith; BRANCO, Gerson Luiz Carlos. *Diretrizes teóricas do novo código civil brasileiro*. São Paulo: Saraiva, 2002.

MELLO, Adriana Mandim Theodoro de. A função social do contrato e o princípio da boa-fé no novo código civil brasileiro. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 91, n. 801, p. 11-29, jul. 2002.

MELO NETO, Francisco Paulo; FROES, César. *Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor*. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MOURA, Mário Aguiar. Função social do contrato. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 77, n. 630, p. 247-249, abr. 1988.

NALIN, Paulo. *Do contrato: conceito pós-moderno em busca de sua formulação na perspectiva civil-constitucional*. Curitiba: Juruá, 2001.



NONES, Nelson. A função social da empresa: sentido e alcance. *Novos Estudos Jurídicos*, Itajaí, v. 7, n. 14, p. 113-136, abr. 2002.

PERLINGIERI, Pietro. *Perfis de Direito Civil*: introdução ao direito civil constitucional. Trad. De Maria Cristina De Cicco. 2. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

REIS, Jorge Renato dos. A função social do contrato e sua efetiva vinculatividade às partes contratantes. *Revista do Direito*, Santa Cruz do Sul, n. 16, p. 109-139, jul.-dez. 2001.

ROPPO, Enzo. *O contrato*. Tradução de Ana Coimbra e M. Januário C. Gomes. Coimbra: Almedina, 1998.

SANTOS, Eduardo Sens dos. A função social do contrato: elementos para uma conceituação. *Revista de Direito Privado*. São Paulo, v. 4, n. 13, p. 99-111, jan-mar. 2003.

\_\_\_\_\_. O novo Código Civil e as cláusulas gerais: exame da função social do contrato. *Revista Forense*, Rio de Janeiro, v. 98, n. 364, p. 83-102, nov.-dez. 2002.

SELEME, Sérgio. Contrato e empresa: notas mínimas a partir da obra de Enzo Roppo. In: FACHIN, Luiz Edson. (Coord.). *Repensando fundamentos de direito civil brasileiro contemporâneo*. 1. ed., 2. tir. Rio de Janeiro; São Paulo: Renovar, 2000. p. 255-272.

SILVA, José Afonso da. *Curso de direito constitucional positivo*. 13. ed. São Paulo: Malheiros, 1997.

SZANIAWSKI, Elimar. Aspectos da propriedade imobiliária contemporânea e sua função social. *Revista de Direito Privado*, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 126-156, jul.-set. 2000.

TEPEDINO, Gustavo. As relações de consumo e a nova teoria contratual. In: \_\_\_\_\_. *Temas de direito civil*. Rio de Janeiro: Renovar, 1999. p. 199-215.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. *O contrato e sua função social*. Rio de Janeiro: Forense, 2003.

TOMASEVICIUS FILHO, Eduardo. A função social da empresa. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 92, n. 810, p. 33-50, abr. 2003.

VILELA, Danilo Vieira. A empresa no limiar do século XXI: um compromisso com a transformação social. *Revista do Curso de Direito da Universidade Federal de Uberlândia*, Uberlândia, v. 31, n. 1/2, p. 171-196, dez. 2002.

WALD, Arnoldo. A função social e ética do contrato como instrumento jurídico de parcerias e o novo Código Civil de 2002. *Revista Forense*, Rio de Janeiro, v. 98, n. 364, p. 21-30, nov.-dez. 2002.