

A ÉTICA NECESSÁRIA ÀS EMPRESAS NA ERA DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Fábio Lopes Soares

Advogado, formado pela Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo (FDSBC), Especialista em Negociações Econômicas Internacionais (UNESP/UNICAMP), MBA em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios (FGV) e Mestrando em Direito da Sociedade da Informação (FMU). É professor de Relações de Consumo (Direito do Consumidor), Fundamentos de Direito Empresarial (foco em Governança Corporativa e Jurimetria), Gestão de Serviços Jurídicos, Direito Imobiliário (Real Estate) e Controladoria da FGV – Fundação Getúlio Vargas

RESUMO

Em uma Sociedade de Conhecimento ou da Informação, as relações empresariais passaram a necessitar da aplicação da ética da convivência, sobretudo nas relações com seus consumidores, resultando em um novo standard comportamental, denominada nova empresarialidade. Este artigo visa oferecer sua conceituação, construção desse comportamento face a Sociedade da Informação e a ética necessária aos fornecedores e empresários.

Palavras-Chave: Ética – Relações de Consumo – Sociedade da Informação – Nova Empresarialidade

ABSTRACT

In a Knowledge Society or Information, business relations began to require the application of the ethics of coexistence, especially in relations with its customers, resulting in a new behavioral standard called new entrepreneurship. This article aims to provide its conceptualization, construction of this behavior towards the Information Society and the necessary ethics to suppliers and entrepreneurs.

Keywords: Ethics - Consumer Relations - Information Society - New entrepreneurship

INTRODUÇÃO

Após a segunda guerra mundial, tendências econômicas passaram a ocorrer década a década nos Estados Unidos, fruto de uma economia aquecida e de um modelo de desenvolvimento historicamente conhecido como “American Dream”.

Após essa fase, sobretudo em 1990, com a Guerra fria e a Globalização, a Sociedade da Informação, aperfeiçoada, sobretudo pelo desenvolvimento de novas tecnologias, uma nova dinâmica social passou a imperar em todos os países capitalistas influenciando diretamente o Brasil.

Forjada por esses eventos, as empresas da atualidade passaram a necessitar de uma visão ética que lhes oferecessem um novo standard e que projetassem perenidade e sustentabilidade a sua função social.

Melhores práticas de Governança Corporativa, indicadores sociais e, sobretudo, uma atitude que respeite a cadeia de valor sempre existente em suas relações aperfeiçoaram uma visão econômica do direito, com vistas a uma sociedade empresarial capaz de responder aos desafios modernos de sua gestão e das diversas dinâmicas sociais que A Sociedade do Conhecimento ou da Informação exigiu.

Sociedade da Informação

Um novo modelo de sociedade passou a oferecer novos quadros de desenvolvimento econômico, social e cultural decorrente do processo de globalização, sempre levando em consideração relações de natureza econômica, política, social e/ou cultural.

Segundo o Livro Verde do Ministério da Ciência e Tecnologia¹:

As sociedades contemporâneas são atravessadas por inúmeras mudanças, sendo relevante a que se prende com as novas tecnologias, o que levou alguns autores a defender a existência de um novo paradigma de Sociedade baseada, essencialmente, na Informação, daí a designação de Sociedade de Informação (ou Sociedade do Conhecimento na medida em que a informação é um meio de produção/divulgação de Conhecimento).

¹ Sociedade da informação no Brasil: livro verde. Org. Tadao Takahashi. – Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000, p. 30

Para alguns autores a sociedade do conhecimento está mais relacionada com a vertente económica, enquanto que a sociedade da informação se prende com as complexas redes de comunicação que potenciam a troca da informação.

Segundo Luís Manuel Borges Gouveia²:

O conceito de Sociedade da Informação surgiu nos trabalhos de Alain Touraine (1969) e Daniel Bell (1973) sobre as influências dos avanços tecnológicos nas relações de poder, identificando a informação como ponto central da sociedade contemporânea. A definição de Sociedade da Informação deve ser considerada tomando diferentes perspectivas...

Podemos compreender que a Sociedade da Informação consiste na forma como a informação é exposta à sociedade através das tecnologias de informação e comunicação no sentido de lidar com a informação e que toma esta como elemento central de toda atividade humana.

Ainda no entendimento de Takeo Takahashi³:

A sociedade da informação não é um modismo. Representa uma profunda mudança na organização da sociedade e da economia, havendo quem a considere um novo paradigma técnico-económico. É um fenómeno global, com elevado potencial transformador das atividades sociais e económicas, uma vez que a estrutura e a dinâmica dessas atividades inevitavelmente serão, em alguma medida, afetadas pela infra-estrutura de informações disponível. É também acentuada sua dimensão político-económica, decorrente da contribuição da infra-estrutura de informações para que as regiões sejam mais ou menos atraentes em relação aos negócios e empreendimentos. Sua importância assemelha-se à de uma boa estrada de rodagem para o sucesso económico das localidades. Tem ainda marcante dimensão social, em virtude do seu elevado potencial de promover a integração, ao reduzir as distâncias entre pessoas e aumentar o seu nível de informação.

Os negócios eletrónicos (e-business), entre os quais o comércio eletrónico (e-commerce), são hoje fundamentais para a modernização do setor produtivo, pois permitem ampliar e diversificar mercados e aperfeiçoar as atividades de negócios.

O comércio eletrónico apresenta taxas de crescimento sem paralelo, tanto nas transações entre empresas e consumidores, como nos negócios entre empresas, que é onde atualmente se realiza o mais alto nível de geração de receita.

² TAKAHASHI, Takeo, ob. Cit. P. 31

³ TAKAHASHI, Takeo, ob. Cit. P. 33

Atuar no ambiente dos negócios e comércio eletrônico requer que tanto produtores de bens e serviços quanto consumidores estejam conectados às redes digitais e capacitados para operá-las adequadamente.

A viabilidade desses negócios requer baratear o acesso às redes de comunicação e proporcionar as informações e os meios necessários para que pessoas e empresas sejam capazes de operar nas novas modalidades de negócios e comércio.

Segundo o SEBRAE Nacional⁴ as empresas de pequeno e médio porte no Brasil passaram a ter especial importância estratégica pelo seu elevado potencial gerador de emprego, trabalho e renda.

O processo inovador supõe, cada vez mais, a produção e aplicação de informações e conhecimentos e a sua gestão, nos moldes do que hoje se denomina inteligência coletiva, empresarial e organizacional. Nos países economicamente mais desenvolvidos, enfatiza-se o caráter dinâmico dos empreendimentos e a importância do capital intelectual.

Esse processo pode melhor ser observado pelo ciclo criado a partir da Sociedade da Informação e seu impacto na economia de um país, conforme se verifica na figura 4.

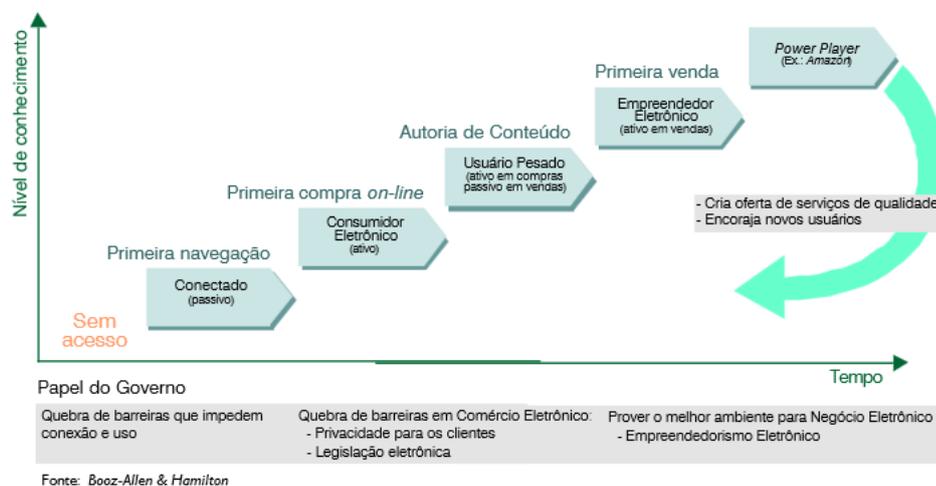


Figura 1 – Processo de evolução de inter-relação do consumidor e empresas

A questão neste sentido está nos contornos que trazem essa nova dinâmica, sobretudo nas questões legais e seu necessário aprimoramento no comportamento ético.

Uma macrorregulação legal sempre é precedida de uma macrorregulação econômica, salvo na formação de nações e suas instituições. Esta afirmação encontra também reflexão em

⁴ Disponível em www.sebrae.com.br

Manual Castells⁵ “a Era da Informação, refere-se especificamente ao surgimento de uma nova estrutura social”.

Essa nova estrutura social deveria justificar mudanças que pudessem oferecer garantias da realização do bem comum, manutenção de um sistema salutar as famílias, preservação da propriedade e equilíbrio contratual.

Essa visão também foi motivo de pronunciamento de Manuel Castells⁶ quando de entrevista ao Programa Fronteiras do Pensamento, em 2013. Essa estrutura social se mostra irregular quando não existe por parte do povo um sentimento de representação ou de fragilidade aos marcos legais ou a questão do comportamento empresarial mostra-se distante de práticas éticas que gerem razão a função social de uma empresa.

A Nova Empresarialidade

Para analisar o conceito de nova empresarialidade, considerada a Sociedade da Informação, em um mundo globalizado e massificado, as relações de consumo são indispensáveis, assim como sua compreensão e análise.

Uma relação de consumo é composta de um lado pelo consumidor, vinculado ao conceito legislado pelo art. 2º do CDC e do outro, o fornecedor, caracterizado pela livre iniciativa, sendo pessoas físicas ou jurídicas, conforme se verifica na figura 17.



Figura 2 – Formação da Relação de Consumo~

Este fornecedor, dado sua natureza na relação de consumo, mostra-se em sua maior parte vinculado a pessoas jurídicas, empresas e empresários que estabelecem uma relação em seus mais variados tipos societários.

Neste sentido a análise do contra ponto previsto na Lei 8078/90 é importante. O Art. 170, da Constituição Federal e as bases jurídicas previstas no código civil oferecem o pano de fundo para o estudo da Nova Empresarialidade vinculado a teoria da empresa.

⁵ CASTELLS, Manuel. Sociedade em Rede. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2013, p.61

⁶ Acesso: Site: <http://www.youtube.com/watch?v=YYAu2MA4yMI> em 25.04.2014

A atividade econômica no país tem seus princípios gerais previstos no art. 170 somada à visão prevista no art. 966 do Código Civil, oferecendo o que compila a visão e construção do conceito do modelo inovador em empresarialidade.

Assim foram as reflexões de Adalberto Simão Filho⁷ para o tema:

Acredita-se, portanto, que a palavra empresarialidade, no contexto empregado neste estudo, possa ser entendida como a atividade empresarial em movimento constante e sucessivo, não importa se exercida pela sociedade simples ou empresária ou pelo empresário individual e o inter-relacionamento desta com os fornecedores, mercado consumidor, mercado de valores mobiliários, agentes econômicos diversificados, trabalhadores, meio ambiente, e, finalmente, em relação aos próprios sócios e acionistas, gerando uma sinergia completa que culmina em vivificar a empresa e agregar valor.

Na formação e constituição de uma empresa, esta não nasce somente para geração do lucro mas também para atender sua função social. Prova maior dessa afirmação esta nas diversas evoluções de institutos como a recuperação judicial, desconsideração da personalidade jurídica ou métodos de valorização como o Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE da BMF Bovespa.

Este sistema que aloca valor em um ambiente globalizado e integrado, também se dinamiza pelas partes interessadas na cadeia de valores gerada pela empresa, consolidando ainda o vínculo dos chamados stakeholders.

Para a redução do risco sistêmico atrelado as empresas, constituíram-se mecanismos de controle, também denominados como governança corporativa.

Segundo o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa - IBGC⁸, governança corporativa é:

Governança Corporativa é o sistema pelo qual as organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo as práticas e os relacionamentos entre proprietários, conselho de administração, diretoria e órgãos de controle. As boas práticas de Governança Corporativa convertem princípios em recomendações objetivas, alinhando interesses com a finalidade de preservar e otimizar o valor da organização, facilitando seu acesso ao capital e contribuindo para a sua longevidade.

A Governança passa a ser aplicada à atividade empresarial e tem como resultante a adoção de princípios norteadores da conduta dos administradores e sócios, com reflexos diretos na gestão, na empresa e na relação interna corporis, entre acionistas e com o mercado, lastreando-se tal conduta em princípios éticos aceitos como ideais pelos praticantes: são as

⁷ FILHO, Adalberto Simão, A Nova Empresarialidade. Uma visão jurídica reflexa da ética na atividade empresarial no contexto da gestão e da sociedade da informação. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2002. Pág. 23.

⁸ Site: www.ibgc.org.br, acesso em 11.05.2014

chamadas melhores práticas, que passaram a ter relação direta com mecanismo de contabilidade e geração de resultado econômico.

Para esse resultado econômico, a empresa deve observar e cumprir os princípios de sua função social, como propriedade, exercitar a livre iniciativa e concorrência com respeito ao consumidor, mediante um comportamento de boa-fé objetiva nos contratos.

Ocorre que dado a crise instaurada pela alocação de controles, em sua maioria de ativos intangíveis dentro de uma empresa, determinou o aperfeiçoamento de uma conduta mais “humanizada” dos fornecedores que correspondesse ao exercício de uma atividade dentro desse cenário: essa construção e comportamento é denominada nova empresarialidade.

Sobre essa construção e definição, indica Adalberto Simão Filho⁹:

Empresa na atualidade, em confronto com o antigo “standard” comportamental do bom pai de família, como premissa para a elaboração do “standard” correlato, de natureza jurídico-comportamental, consistente no bom homem de negócios ou, simplesmente, bom empresário

Compreende-se assim que a solução de parte da equação para que as relações de consumo não devem ter regras alteradas seria a assunção dos fornecedores, no que lhes diz respeito a aplicação das normas existentes, assumir um novo padrão pautado na boa fé, corresponsabilidade com sua cadeia de valores e na mediação, observando cada contrato e ação a um consumidor.

Sendo assim, a Nova Empresarialidade tem sua base no conceito primeiro da boa-fé, refletindo padrões éticos e moral na busca de seu objeto e no fim social da empresa.

Ética e sua Constituição

Segundo o dicionário Aurélio Buarque de Holanda, Ética é:

o estudo dos juízos de apreciação que se referem à conduta humana susceptível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativamente à determinada sociedade, seja de modo absoluto.

Etimologicamente falando, ética vem do grego “*ethos*”, e tem seu correlato no latim “*morale*”, com o mesmo significado: conduta, ou relativo aos costumes.

⁹ FILHO, Adalberto Simão. Ob cit. p. 25

Vários pensadores em diferentes épocas abordaram especificamente assuntos sobre a Ética: os pré-socráticos, Aristóteles, os Estóicos, os pensadores Cristãos (Patrísticos, escolásticos e nominalistas), Kant, Espinoza e Nietzsche.

Como dito, uma empresa é uma reprodução de uma pessoa física: nasce, desenvolve-se, associa-se e morre, em muitas vezes. Assim deve ser motivo para a renovação social e dos empregados que nelas trabalham. Todos dentro de uma empresa devem buscar aprender da ética empresarial o modo de atuação exigido a fim de que possam sobreviver e cumprir sua função social, evitando os defeitos anteriores e propondo valores adequados a sua razão de ser.

Desde suas origens na Antiga Grécia a ética convida o homem a forjar-se de um bom caráter que o leve a boas escolhas. Na empresa não é diferente, pois ela mantém a dimensão da pessoa física na pessoa jurídica.

O caráter, ou seja, os atributos da personalidade também é o conjunto das qualidades boas ou más de um indivíduo que determina sua a conduta. Esse caráter é decisivo a vida da pessoa, pois, ainda que os fatores externos condicionem em um sentido ou a assunção de outro caráter, serão suas escolhas e livre arbítrio que determinará sua ética.

As empresas, porém, detém de valores e atributos de seu caráter próprio e influenciam neste processo decisório podendo facilitar as boas. Nesse sentido, a ética pessoal assinala que existem situações nas quais é necessário confrontar o grupo ou a comunidade a que se pertence e atuar de maneira determinada sem importar-se com os interesses afetados, em prol do que seria melhor para a sociedade empresarial.

A ética ao se aplicar as empresas oferece um saber que pretende orientar as pessoas na construção de um caráter sustentável e forja a construção da nova empresarialidade.

Contudo as empresas estão cada vez mais reconhecendo seu papel dentro da Sociedade da Informação, capazes de na ausência do estado realizarem seu papel ético e se superando nas relações de consumo.

Dessa forma pensa Mario Sérgio Cortella¹⁰:

Não é de uma ética qualquer que estamos tratando, mas de uma ética como um conjunto de valores e princípios que usamos para guiar nossa conduta. Não é de qualquer ética que estamos falando quando desejamos uma ética que pressuponha saudabilidade, isto é, uma ética que não seja provedora da alegria restrita.

¹⁰ CORTELLA, Mario Sérgio, FILHO, Clóvis de Barros. Ética e Vergonha na Cara. São Paulo: Pairus 7 Mares, 2014, p. 24

Esse pensar parte da convicção de que cada membro da sociedade é um cidadão capaz de tomar decisões e que um dos primeiros valores que compõem a ética social é o da autonomia ética.

Estes valores da ética social servem de guia para as ações, mas para que eles sejam encarnados na vida das pessoas e das instituições é necessário concretizá-los.

O que talvez falte são diálogos. Se compreendermos que o diálogo é uma atitude que considera cada um como ser autônomo igualmente capaz de trocar e vivenciar uma Parrésia¹¹ sobre as questões que afetam sua vida e que se dispõe, por solidariedade, a incluir os interesses de cada um na tomada de decisões.

A aplicação da ética conforme refletimos, ao pensar no mundo corporativo, deve ser vivenciado, respeitado o nível de consciência de cada cidadão, e não somente pela adoção modista de sua aplicação.

Segundo Clóvis de Barros Filhos¹²:

a ética é a transcendência em relação à natureza; a necessidade de encontrar caminhos quando o instinto não responde mais; a necessidade de perceber que vontade não é desejo, porque vontade, muito mais do que uma inclinação do corpo, é uma decisão racional, claro que está que cabe ao homem fazer o que nenhuma outra criatura mais precisa fazer.

A Ética Necessária

Este estado contínuo, que tem sido perseguido por empresas modernas e fornecedores que buscam sustentabilidade e perenidade, uma vez que a compreensão sobre a realização de lucros passa a ter componentes de perenidade, assimila conceitos de ampla troca entre as diversas partes interessadas (*stakeholders*).

Essa mentalidade ética, pautada em um comportamento que segue preceitos íntimos do homem, faz surgir regras e alternativas de geração de riqueza alinhadas a condutas conhecidas como *Cultura para Performance* ou ações que se realizam nos valores então adotados pelos colaboradores.

A conhecida fibra ética tão esperada em profissionais que se realizam na construção de grandes corporações são então premiadas quando identificadas nas empresas. Um exemplo desse estado mental são as empresas reconhecidas como melhores para se trabalhar, onde, além de bons resultados financeiros, despontam com seus balanços sociais robustos e equilibrados.

¹¹ Parrésia refere-se à coragem, ao destemor de dizer a verdade, mesmo sob pena de ser acusado.

¹² CORTELLA, Mario Sérgio, FILHO, Clóvis de Barros. Ob. Cit. p. 40

O problema está em analisar empresas que não somente atendem requisitos de índices como o *Dow Jones Sustainability*¹³ ou o ISE. Essas empresas passam a também serem analisadas por suas partes melhores: seus colaboradores e o nível de interação sócia ambiental envolvida.

Nesse sentido, a busca pelo profissional ético é compreender a busca pessoal do empreendedor social ou seu domínio pela vida em equilíbrio. Questões como espiritualidade, saúde e qualidade de vida nunca foram tão discutidas.

Com um perfil mental holístico e definido, esses fornecedores e empresas desejam realizações que não coloquem em risco essa busca, mas a completem. Um exemplo disso são regras de gestão que até então foram criadas para coibir abusos de poder ou prejuízos pautados pelo mal uso de suas prerrogativas, e que agora são adotadas como critérios de seleção e meritocracia.

O correto e a busca pelo Bem Comum fazem do profissional com esse perfil alguém transparente e muito respeitado, além de valorizado.

Esse pensamento, considerando que o comportamento não se alterará tendo em vista o padrão mental estabelecido, gera valores organizacionais que atualmente encontra-se em evidência nas mencionadas melhores empresas para se trabalhar.

Os padrões éticos deveriam assim anteceder leis, costumes e hábitos. São quase arquetípicos, com uma visão de realização na sociedade atual.

Talvez, uma convivência das pessoas com as pessoas e não para as pessoas, observada nas classes sociais menores, reforcem o caráter desenvolvido pela cultura de que a dignidade está na busca e não na miséria que não traz o desenvolvimento, mas o fim não esperado.

¹³ Índices de sustentabilidade empresarial adotados pelas Bolsas de Valores Futuros, com vistas a geração sistemas de Governança Corporativa e adoção de melhores práticas para perenidade das empresas.

Considerações Finais

A sociedade da Informação trouxe ao mundo contemporâneo desafios de adaptação as empresas, sobretudo em suas práticas de governança, que resultam em uma nova personalidade jurídica.

Essa nova personalidade, oferece a condição de nova empresarialidade, pautada em um standard da ética da convivência e controlada por indicadores de sustentabilidade e perenidade que também aperfeiçoam a função social das empresas.

O mundo corporativo atual necessita que estes valores estejam sempre presentes e, munir-se de condições para não sucumbir ao desvio dessa utopia é demonstrar a fibra ética tão cara e preciosa nas organizações modernas: essa condição demanda o sonho de consumo da sociedade ideal.

A *virtu* tão esperada deve ser forjada pela busca equilibrada de uma vida corporativa digna, harmônica e reconhecida por padrões mentais tão éticos capazes de influenciar e gerar negócios sustentáveis e perenes e ao mesmo tempo, atender a uma necessidade pessoal do colaborador de realização pessoal, do consumidor por manter uma relação justa com o fornecedor e do empresário por realizar a função social de forma perene e sustentável.

REFERENCIAS

ARISTÓTELES. *Ética a Nicômaco*. 6ª ed. Tradução: Torrieri Guimarães. São Paulo: Martin Claret, 2001

Barbosa, Alfredo RUY. *Apostila de Direito Regulatório da Fundação Getúlio Vargas. Direito da Economia e da Empresa*. Rio de Janeiro, 2000

BALMAN, Zygmunt, *Vida para Consumo*. São Paulo: Zahar, 2007

Carta Encíclica *Fides et Ratio*. Sumo pontífice João Paulo II. 2º ed. São Paulo: Editora Paulinas, 1998.

CASTELLS, Manuel, *A Sociedade em Rede*. 11ª reimpressão V. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2013

COELHO, Fábio Ulhoa, *O Empresário e os Direitos do Consumidor: O cálculo empresarial na interpretação do código de defesa do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1994.

CORTELLA, Mario Sérgio, FILHO, Clóvis de Barros. *Ética e Vergonha na Cara*. São Paulo: Pirus 7 Mares, 2014.

DUPAS, Gilberto, *Ética e Poder na Sociedade da Informação*. 3ª ed. São Paulo: Editora UNESP, 2000

- FARIA, José Eduardo. Direito e Globalização. 1ª ed. São Paulo: Malheiros, 1996
- FERREIRA, Edson Alberto Carvalho, Nova Ordem Mundial. São Paulo: Editora Núcleo, 1997.
- FILHO, Adalberto Simão. Saberes do Direito. V. 28, Direito Empresarial II. São Paulo: Editora Saraiva, 2013
- _____. A Nova Empresarialidade. São Paulo: Revista Eletrônica da Faculdade de Direito da FMU, 2005
- FILHO, Adalberto Simão, PELLIN, Daniela. Nova Empresarialidade Aplicada a Recuperação Judicial de Empresas. São Paulo: Revista Paradigma, 2011
- _____. A Nova Empresarialidade. Uma visão jurídica reflexa da ética na atividade empresarial no contexto da gestão e da sociedade da informação. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2002.
- FUKUYAMA, Francis, Construção de Estados. São Paulo: Editora Rocco, 2004.
- GILISSEN, John, Introdução Histórica ao Direito. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 1979.
- GRAU, Eros Roberto. Elementos de Direito Econômico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1981
- KUJAWSKI, Gilberto de Mello, Globalização e Internacionalização, in: O Estado de São Paulo, 01.02.1997
- LEVY, Pierry, O que é o Virtual. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 2011
- LISBOA, Roberto Senise, Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo, 3ª ed., São Paulo: Saraiva, 2012.
- _____. Confiança Contratual, São Paulo: Saraiva, 2011
- LUCCA, Newton de, Direito do Consumidor – Aspectos Práticos/Perguntas e Respostas, 2º ed. Bauru: Edipro, 2000.
- NUNES, Luiz Antonio, Manual de Introdução ao Estudo de Direito. São Paulo, Editora Saraiva, 1996
- PAESANI, Liliansa Minardi (Org.). O Direito na Sociedade da Informação. São Paulo: Atlas, 2007
- _____. O Direito na Sociedade da Informação II. São Paulo: Atlas, 2009
- SANTOS, Tharcisio Bierrenbach de Souza, Cenários e Perspectivas da Economia Brasileira, in EXPOMANAGEMENT, 2005.
- SILVA, Luiz Cláudio, Responsabilidade Civil: Teoria e prática das Ações. 1ª ed. Rio de Janeiro: Companhia Editora Forense, 1998.
- Sociedade da informação no Brasi: livro verde. Org. Tadao Takahashi. – Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000.

SILVEIRA, Vladimir Oliveira, SANCHES, Samyra Haydee Dal Farra Naspolini, COUTO, Mônica Bonetti (Org.). Educação Jurídica. São Paulo: Saraiva, 2013

TEMER, Michel. Elementos de Direito Constitucional. 15ª ed. São Paulo: Malheiros, 2000

WHITAKER, Maria do Carmo. Ética na Vida das Empresas. 2ª ed. São Paulo: DVS Editora, 2007