**ÉTICA EMPRESARIAL:** A ética empresarial em face da forma de atuação da indústria farmacêutica.¹

Isabela Marisa Câmara Sousa ²

Vitoria Helena Mont’Alverne Frota Lima ²

Daniel Almeida Rodrigues³

**Sumário:** 1 Introdução; 2 Função Social da Empresa; 3 Ética Empresarial; 3.1 A Ética Empresarial em virtude do Consumidor; 4 Disparidade entre a forma de atuação da Indústria e a Ética Empresarial; 4.1 O caso Neurotin; 5 Conclusão; 6 Referência

**RESUMO**

Esta pesquisa visa analisar a forma de atuação da indústria farmacêutica, que impulsionada pela ideia capitalista de adquirir maior quantidade de lucro no menor intervalo de tempo e com os menores custos possíveis, passa a se valer de mecanismos e técnicas que geram aumento da produção e expansão do mercado, sem levar em consideração as consequências que tais atos acarretam, havendo uma desvalorização da figura humana. Tal procedimento contrasta a realidade perceptível da empresa e seu dever ser jurídico-constitucional, indo de encontro a função social que deve ser cumprida pela empresa assim como os preceitos éticos que por esta devem ser seguidos, segundo aquilo que se encontra positivado em nosso ordenamento.

**Palavras-chave:** Direito Empresarial. Função social da empresa. Ética Empresarial. Indústria Farmacêutica.

**1 INTRODUÇÃO**

Segundo consta em nossa Constituição Federal e nos demais Códigos e documentos que compõem nosso ordenamento, as empresas possuem determinados princípios éticos e morais norteadores aos quais devem seguir para cumprir com sua função dever ser jurídico-constitucional (COELHO, 2012).

Trata-se portanto de formas de limitação à atividade empresária que tende a se desvencilhar do eixo moral-ético em razão da constante busca do aumento de mercado, aumento de lucro, diminuição de custos e redução de tempo de produção (COELHO, 2012).

Em se tratando de formas de atuação não éticas a indústria farmacêutica ganha lugar de destaque. Sua atuação vai muito além de marketings enganosos em relação a origem e função dos produtos. Muitos são os casos em que médicos, subordinados à essas empresas, criam doenças ou distorcem seus sintomas e efeitos para possibilitar maior margem de lucro da empresa

É o caso do, por exemplo, do anticonvulsionante Neurotin, que passou a ser prescrito para fins que não foi aprovado e que não possui eficácia apenas como forma de obter maior lucro para o fabricante, não levando em consideração as pessoas que seriam por isso prejudicadas, o que acabou resultando em uma série de processos judiciais (LAWINFO, 2014).

É de grande relevância o debate acerca da forma de atuação das industriais farmacêuticas, que se utilizam dos mecanismos de marketing para “criar” enfermidades e suas possíveis curas, ou amenizações instantâneas, indo de encontro aos valores éticos e morais que a empresa deve seguir segundo consta em nosso ordenamento, ou seja, a motivação maior é tornar de conhecimento público aquilo que algumas empresas realizam “por trás dos panos” como forma de obtenção de lucro.

A pesquisa tem como objetivo analisar o campo da ética empresarial visando estabelecer contraste entre realidade perceptível da empresa e seu dever ser jurídico-constitucional por meio da forma de atuação da indústria farmacêutica.

Sendo assim, como são as próprias empresas as responsáveis pela criação e proposição dos medicamentos maior deveria ser a fiscalização em relação a forma de produção e finalidade dos produtos, para que as normas presentes nos códigos fossem seguidas de forma assídua evitando atividades ilícitas e preservando aqueles que circundam o processo produtivo.

**2 FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA**

Dentre os princípios que cerceiam a atividade empresarial, é por meio da liberdade de iniciativa, positivada pela Constituição, que permite a garantia do empresário de determinar o modo de produção, a forma de contrato de seus empregados, como acontecerá o modo de distribuição do produto, com observância nas leis que regem esse campo e os riscos que o empresário tem ciência que a atividade traz.

Além de que, o cumprimento da lei por si só, não torna essa parte social da empresa totalmente efetiva, pois de certo modo, não é apenas a parte positivada em si que tornará tais atitudes éticas perante a sociedade, e sim, de que modo a empresa influenciará positivamente a sociedade, sem a coerção do Estado, mas sim com intuito verdadeiro de valorização da parte social. (ZANOTI, 2006)

A função social da empresa vai além do cumprimento da lei, de modo que a empresa em si está inserida em uma realidade que muda a todo instante, e ela sofre as consequências de modo simultâneo, se há um conjunto de ações benéficas para a sociedade, quem sairá ganhando seria a figura da empresa, visto que a sua imagem seria bem quista por aqueles possíveis consumidores, contribuintes, ou seja, pelo mercado.

A responsabilidade social está ligada diretamente a essa função da empresa, que visa justamente o bem comum, a valorização da dignidade da pessoa humana, em comum observância aos princípios da atividade empresarial, como dispõe o art. 170 da CF “A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social [...]. “, ou seja, a empresa deve garantir o mínimo para todos aqueles que estão inseridos nela, o que vai além do que está nos dispositivos de lei. (ZANOTI,2006)

Contudo, o sistema que domina a atividade econômica no qual estamos inseridos, preza cada vez mais apenas pelo lucro, fazendo com que as empresas busquem por meios mais eficientes e rápidos de produção, esquecendo do mínimo que deveria ser assegurado aos seus empregadores, ou seja, distanciando a atividade empresarial da ética e sua função social. De modo que, a coisificação do homem é real, acontece a partir do momento em que grandes empresas deixam de garantir o mínimo para explorar o máximo em sua produção, o que nos leva a reflexão, de que a empresa deve ser instrumento de realização tanto do empresário, quanto de todos que estão inseridos nela, inclusive, a sociedade, estaríamos assim cumprindo a função social da empresa, que hoje, pode ser considerada um espaço de realização do ser humano (RODRIGUES,2008).

Por isso, a função social da empresa deve ser tal qual a ética empresarial, é a prioridade da responsabilidade social, ou seja, o bem comum, e não apenas o cumprimento e observação dos preceitos legais que regem a atividade econômica. Tal atitude, deve permear na realização pessoal de todos os que estão inseridos na empresa, e não apenas a do empresário, é o dever de influenciar a realidade na qual a empresa está inserida, pois se tais atitudes forem, em sua essência, realmente positivas, o retorno também será.

**3 ÉTICA EMPRESARIAL**

O sistema capitalista respaldado na rápida propagação de informações, possibilitada pela revolução técnico-cientifica-informacional, coloca a atividade empresarial em um patamar de grande importância na vida do homem. Podemos dizer, que as relações humanas hoje, giram em torno da economia, e consequentemente, a empresa é o ambiente onde isso se concretiza, é nela que o homem lida com diversas situações que estão atreladas a ética e a moral (ROGRIGUES,2008).

Se falarmos em um contexto histórico da Ética, palavra que provem do grego “*ethos”*, significando um dever ser, ou seja, norma, devemos liga-la automaticamente a filosofia e aos principais filósofos gregos: Aristóteles, Platão e Sócrates.Além de também estar relacionada com desejo de viver a vida e sua finalidade principal, a felicidade(MASSARUTTI, 2003).

O período em que a ética surgiu como objeto de estudo da filosofia, se deu em uma Grécia devastada, onde antigos valores estavam sendo destruídos, guerras estavam sendo declaradas, havia a existência de grandes desigualdades sociais, e a partir desses acontecimentos, cada um dos pensadores estudou as mais altas virtudes dos homens, o que influenciou para a existência das diversas ramificações da Ética. (MASSARUTTI,2003)

O direito empresarial traz o conceito de empresa como sendo uma atividade econômica que traz principalmente um fim lucrativo, se utilizando de meios, matérias primas, capital e mão de obra. Ao longo da história podemos demonstrar que toda essa atividade já estava atrelada a ética, podemos também observar a importância do papel da igreja durante séculos nas relações humanas, principalmente na idade média, como demonstrou Massarutti (2003, p.71) em seu artigo, a ética cristã também influenciou no papel da empresa ,“Nas lições de Moreira, "a encíclica RerumNovarum, do Papa Leão XIII", foi "a primeira tentativa formal de impor um comportamento ético à empresa".

 O continente americano também trouxe sua devida importância para a ética empresarial, primeiramente em 1890, com o chamado"ShelmanAct”, que fora responsável por restringir a pratica das empresas de discriminação de preços em relação aos seus clientes, dandoinicio diversos debates e medidas importantes(MASSARUTTI,2003).

Trazendo para a América Latina, a iniciação dos debates da ética empresarial se deu principalmente na América do Sul, quando em 1988 o Brasil sediou um dos primeiros congressos sobre ética empresarial e economia. Porém, muito antes, em 1941, na primeira faculdade de administração brasileira, já existia a disciplina, logo mais o MEC instaurou em todos os cursos de graduação. O que influenciou muitos debates e criação de leis sobre o assunto (MASSARUTTI,2003).

Vivemos em um Estado Democrático de Direito, onde as liberdades individuais e os direitos fundamentais são assuntos centrais. O povo detém da soberania, influenciando diretamente nas decisões estatais, por meio do sufrágio universal, o que o torna soberano (GONÇALVES, 2011).

 Hoje temos um grupo pequeno de pessoas que detém grande parte da riqueza do país, movimentando nossa economia, em detrimento de um grande grupo que apenas aceitam tais decisões, pois o capital tornou-se também, passe de deliberação nas escolhas que envolvam o Estado, o que nos leva a crítica de que a ética e a moral, relacionadas ao fim lucrativo, estão em extremos, o cenário em que nos encontramos hoje é negação a ética e anomia jurídica (SALGADO, 1988).

A Constituição Brasileira de 1988 em seu art. 1°, que trata sobre os princípios fundamentais que constituem o Estado Democrático de Direito, temos no inciso IV os valores sociais do trabalho e a livre iniciativa, tratando da liberdade que é garantida pelo Estado e os objetivos constitucionais da empresa, que vai além de meros fins lucrativos, embora estes façam parte, tendo grande responsabilidade social, conforme o pensamento de Rodrigues (2008).

No mundo globalizado, o ser humano e seus direitos fundamentais são pautas de diversos debates em grandes tratados mundiais, que compõe uma parte primordial das diversas Cartas Magnas desde o constitucionalismo moderno. A ética e a moral, dentre tudo aquilo que compõe hoje a atividade empresaria, seja o princípio básico da livre iniciativa, o fim lucrativo como objetivo principal, compõe o que hoje vemos como o dever ser da empresa, atrelando a parte jurídica, o Direito comercial, para que todo esse conjunto coexista de forma harmônica, prezando pela figura do ser humano e do próprio ecossistema (RODRIGUES, 2008).

**3.1 A ÉTICA EPRESARIAL EM VIRTUDE DO CONSUMIDOR**

O sistema capitalista, hoje, se torna o principal propulsor do consumismo exacerbado, com auxílio da publicidade e marketing, além da rápida propagação de informações para atrair os consumidores, ou seja, as empresas estão indo além do que é permitido, passando por cima de princípios e garantias fundamentais, para atingir seu único objetivo: lucro (RODRIGUES, 2008).

Os princípios que regem a economia, ou seja, a livre iniciativa e a livre concorrência geram um sentimento egoísta, que põe em primeiro plano os interesses pessoais do empresário, levando-o a “auto realização”.

Os preceitos fundamentais que primam pela ética empresarial passam a ocupar posição secundária, quando muito, já que na economia moderna tendemos a nos afastar da ética e de nossa própria humanidade, substituindo-as pelo incentivo ao consumo em massa, onde a origem da produção do que está sendo comercializado é escondida e “maquiada”, pelas grandes empresas que visam criar em cima das necessidades do ser humano, produtos que nos levem a um sentimento se satisfação (EMERY,2013).

Tal comportamento está de certa forma enraizado em nossa cultura, são conceitos que foram construídos ao longo de décadas, e de certa forma, precisaríamos de outras para desconstrui-los, pois a obediência a lei é o que rege nossas relações, e esse cumprimento com o direito positivado nem sempre estão de acordo aos preceitos éticos, que também possuem vínculos com nossa origem, mas a medida com que o tempo passa nos distanciamos destes ((THIRY-CHERQUES,2003).

 A ética se vincula ao nosso racionalismo, justamente como seres pensantes, que possuímos responsabilidades maiores que nossa existência, isto é, que visam o bem comum, chamada de responsabilidade social, e a outra que prima pelo nosso bem-estar, a responsabilidade privada, esta que se encontra em um patamar abaixo da que visa o bem da sociedade em que estamos inseridos (THIRY-CHERQUES,2003).

É certo que a empresa hoje é muito mais que um espaço que visa o lucro, porém, o sistema que permeia nossas relações econômicas atrai e incentiva a busca incessante pelo mesmo, justamente a liberdade que as empresas possuem que as leva a supervalorização das oportunidades de baixo custo, para a obtenção do fim principal, a satisfação do auto interesse, excluindo os fins sociais e comuns, que leva as empresas a buscarem meios antiéticos, prejudicando o comprador final do produto. (EMERY, 2013)

Dessa forma, a relação da empresa em virtude do consumidor,ou seja, a relação de consumo é aquela que envolve, de um lado, uma pessoa que se pode considerar “consumidor” e, de outro, uma que se considera “fornecedor” segundo o definido pelo Código do Consumidor, nos artigos 2° e 3°, respectivamente (COELHO, 2012).

O direito do consumidor deveria ser priorizado segundo o que está positivado pela nossa Constituição e o próprio Código do Consumidor, legislação infraconstitucional que visa garantir direitos e deveres aos que são legalizados consumidores.

Emerson BaldottoEmery (2013), trata em seu artigo da relação da empresa em se tratando do consumidor. A mecanização da produção no cenário econômico atual traz a vantagem da rapidez, porém, para o consumidor só traz o desconhecimento em relação a origem do produto, a quantidade de ingrediente, as restrições, ou seja, há claramente uma desproporcionalidade naquilo que está no rotulo e o que realmente fora usado no processo de feitura.

Emery (2013) traz a visão do CDC, com os princípios de Precaução e Prevenção, vide artigos 8º e 9º, em relação a liberdade do fornecedor de inovar, que envolve a patente do produto, o que não se atrela a imobilidade em si, mas sim na proteção a dignidade da pessoa humana, a segurança do consumidor, prevendo também a garantia de produto com qualidade, tudo isso com a delimitação de responsabilidades para o fornecedor, que priorizem a ética, pois o fornecedor é ciente dos riscos das atitudes contrarias acarretariam.

 A propagação das informações, nos leva a reflexão de como se dá a atividade empresarial e a publicidade, pois a fase da oferta do produto é de grande importância para o fim único do capitalismo, a satisfação do empresário e a busca incessante pelo lucro. Fábio Ulhoa Coelho (2012), classifica a publicidade como uma ação econômica destinada a convencer os consumidores a adquirir os produtos ofertados, nos mais diversos meios de comunicação.

Os assuntos mais importantes a cerca desse recorte relacionado a atividade empresarial é a tutela do consumidor, na medida que o Código do Consumidor (CDC) regulamenta essa relação, determinando consequências positivadas para os casos em que o fornecedor se utiliza de práticas antiéticas, atreladas a publicidade, em face do consumidor.

De certo modo, em toda e qualquer publicidade sempre haverá algo de falso, fantasioso, pois é a maneira que leva o consumidor ao convencimento de que ele precisa daquele produto para sua satisfação pessoal. Nos anúncios publicitários, omissão, total ou parcial, de informações, ou a falsa propagação de determinada informação que induzam o consumidor ao erro, se enquadra como propaganda enganosa, vide Art. 37, § 1º do CDC:

“É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer” (BRASIL,1990).

Tal pratica vai contra todos os preceitos da ética empresarial, pois passam por cima da responsabilidade social que visa o bem comum, desconsiderando a dignidade da pessoa humana, os direitos fundamentais que são protegidos pela nossa Constituição, os valores sociais da livre iniciativa e a construção de sociedade justa e solidária, estes que estão sendo deturpados, e de certo modo, distanciados pela atividade empresarial e sua única visão do incentivo ao consumismo, utilizando apenas a racionalidade de modo automático, afastando a humanidade que nos é anterior.

**4 DISPARIDADE ENTRE A FORMA DE ATUAÇÃO DA INDÚSTRIA FARMACEUTICA E A ÉTICA EMPRESARIAL**

A Constituição Federal de 1988 dá respaldo a livre concorrência, contudo, atrelado a isso vem à tona técnicas e mecanismos empresariais que não estão de acordo com os ideais que permeiam nossa Carta Maior. A dignidade da pessoa humana, os valores sociais da livre iniciativa e a construção de sociedade justa e solidária são todos fundamentos ligados a ética e a moral e que acabam sendo deturpados pelas grandes empresas (COELHO, 2012).

A ética, como muito se sabe, está relacionada aos costumes e princípios de uma determinada época e que tende a se alterar a medida com que a sociedade se transforma. Esta serve de norte para o funcionamento social em geral, determinando de que forma as pessoas e instituições devem se portar (BEGA, 2012)

A lógica capitalista imprime às empresas uma maior quantidade de lucro no menor espaço de tempo e menor custo possível. A partir daí, estas passam a se utilizar de técnicas e mecanismos que possibilitam o crescimento da produção e expansão do mercado, sem levar em consideração as consequências que tais atos acarretam (COELHO, 2012)

Portando, o atual sistema econômico se torna o principal propulsor do consumismo exacerbado. Com auxílio da publicidade e marketing, sustentada pela possibilidade de troca de informações a tempo real, oriunda dos avanços da revolução técnico-cientifico-informacional, subordinam os consumidores de forma cada vez mais efetiva (RODRIGUES, 2008).

No caso concreto abordado, da indústria farmacêutica, é explicito como o mercado atual banaliza a figura do ser humano, sendo capaz de criar e mascarar doenças com único intuito de acumular mais capital, enquanto vida de pessoas estão sendo prejudicadas.

A indústria farmacêutica pode ser grande exemplo do modo como a publicidade enganosa pode ser prejudicial ao consumidor, criando doenças para impulsionar a compra de remédios manipulados por laboratórios e não por uma organização médica, estas que as por vezes se aliam a estas empresas com o objetivo de propagar a utilização e dependência dessas drogas que muitas vezes nem condizem com o que está especificado no rótulo/ bula.

Esse bombardeamento de propagandas e informações carentes de veracidade e efetividade, lançadas constantemente pelo setor de marketing associados com o empresarial, faz crescer nos indivíduos um nível de consumo exagerado que se respalda no sistema econômico capitalista. A empresa deve portanto, para não se desvencilhar de seu eixo moral-ético buscar sempre realizar seu papel jurídico constitucional.

**4.1 O CASO DO NEUROTIN**

O remédio conhecido Neurontin, produzido pela Pfizer, Inc., anticonvulsionante, vem sendo investigado por suposta propaganda e comércio ilegal. Em 1994 a droga foi aprovada pela FoodandDrugAdministration para controle de epilepsia e, posteriormente, aprovado para neuralgia pós-herpética causada por herpes zoster (LAWINFO, 2014).

Vários médicos e companhias receberam propina para prescrever e comercializar o medicamento para uma variedade de utilizações para as quais não é aprovado e/ou nem eficaz, como bipolaridade e transtorno de pânico (LAWINFO, 2014).

Em 30 de maio de 2014 a Pfizer, Inc. fez um acordo de $325 milhões de dólares para pôr fim ao processo que corria relacionado a venda do remédio para fins não aprovados, algumas semanas após ter feito acordo de $190 milhões para resolver o impasse em um tribunal federal em Nova Jersey relacionado a manutenção de versões genéricas da droga no mercado (BLOOMBERG, 2014).

É importante lembrar que em 2004, quatro anos após a Pfizer obter o Neurontin quando comprou a Warner-Lambert, a empresa fez um acordo de $430 milhões de dólares com o Departamento de Justiça dos Estados Unidos e declarou-se culpada pela promoção e venda do medicamento para fins indevidos (STEMPEL, 2014).

A empresa traz informações fraudulentas relacionadas com a origem, a composição, o preço e principalmente a qualidade do produto, com intuito de influenciar e mexer com o poder de compra do cliente e dessa forma obter mais lucro, agindo de forma contraditória aos princípios do direito empresarial.

**5 CONCLUSÃO**

A atividade empresarial é um ramo que lida diretamente com as relações humanas, que tendem a sempre levar para o lado do “eu” primeiramente, ainda mais diante toda a finalidade que o sistema econômico, o capitalismo, vigente demonstra a do fim lucrativo em primeiro lugar. A existência da ética confronta justamente tais costumes, e na empresa pesa avaliação dos consumidores, é um fator de confiança e credibilidade.

O presente trabalho tratou acerca da ética empresarial com relação aos consumidores, pegando para analise o caso das indústrias farmacêuticas, que abusam de forma antiética na fabricação e divulgação de seus medicamentos, prometendo resultados fantasiosos para impulsionar a compra do produto, atitudes estas que trazem consequenciais irreversíveis, além da perda de confiança. As atitudes das indústrias farmacêuticas passam por cima de uma responsabilidade social que a mesma tem perante uma sociedade consumidora, o que nos traz a reflexão de que o homem está cada vez mais perdendo a humanidade, o senso que nos distingue dos irracionais, o que pode levar o mundo a um estágio caótico.

Entende-se que o tema da pesquisa é de grande relevância social por tratar de infrações de princípios constitucionais que respaldam a livre iniciativa com base na ética e moral. A questão da publicidade destorcida, se torna mecanismo de controle e propulsor do consumismo, prejudicial para a população, contraria o Código do Consumidor e tudo o que nele está presente como direitos da população que adquire esses medicamentos. Além de que, as pesquisadoras também levaram como motivação pessoal a aspiração de conhecer mais sobre o que se passava nesse meio, relacionando-o com a ética empresarial.

Como foi visto, a ética vem do grego *“ethos”,* e possui uma ligação concreta com viver a vida de forma plena e feliz, os filósofos gregos que discorreram sobre a mesma, atrelavam uma vida plena a ética, apenas desse modo o homem se tornaria virtuoso. A existência da ética perante a moral, se dá de forma mais abrangente, visto que a moral é formada por costumes, e ética como norma, como uma lei geral, as mudanças podem ocorrer a medida que a humanidade se transforma, porém, seu seguimento demonstra justamente a escolha pelo o que é certo, chegando até citar o máximo da ética pensada por Kant, seria segui-la não apenas pelo fim que ela trará, apenas pelo que é.

A exemplificação do caso do remédio conhecido como Neurotin, produzido pela Pfizer, Inc., demonstra uma empresa com atitudes antiéticas. Todo o ordenamento jurídico é baseado na livre iniciativa, dando respaldo para as empresas produzirem sem restrições, contudo respeitando a um limite que preza justamente: a dignidade da pessoa humana. O remédio Neurotin se tratava de uma droga que feita para ser utilizada em uma doença x, mas que fora usada de forma errada, onde a empresa prometeu curas e efeitos milagrosos, chegando até mesmo a sua venda ilegal. A Pfizer, Inc., fora multada e declarada culpada no caso, porém todo o transtorno e a perda de confiança são irreparáveis perante o consumidor.

Vivemos em um mundo globalizado, onde o rápido acesso as informações nos trazem tanto benefícios quanto malefícios, mas nossa capacidade de discernimento nos diferencia e demonstra nossa capacidade como ser racional. Ademais, a veracidade se tornou mais dificultosa, justamente por essa rapidez na propagação das informações, porém, ainda nos resta a humanidade e princípios éticos a serem seguidos, isso não pode ser perdido em nossa essência como seres humanos, deve ser levado a cima da finalidade lucrativa da atividade empresarial, para que não chegamos a era de caos no mundo.

**REFERÊNCIAS**

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasi**l. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. **Código do Consumidor:** [Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.](http://legislacao.planalto.gov.br/legisla/legislacao.nsf/Viw_Identificacao/lei%208.078-1990?OpenDocument)Brasília, DF: Diário Oficial do Planalto.

BLOOMERG. Christie Smythe. **Pfizer Agreesto $325 MillionNeurontin Marketing**Accord. 2014. Disponível em < http://www.bloomberg.com/news/articles/2014-06-02/pfizer-agrees-to-325-million-settlment-over-neurontin>. Acesso em: 04/09/2016

CORTEZ, ATC.,and ORTIGOZA, SAG., orgs. **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano [online]**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 146 p. ISBN 978-85-7983-007-5. Disponível em SciELOBooks .< Http://books.scielo.org/id/n9brm/pdf/ortigoza-9788579830075-03.pdf> acesso em:

05/10/2016

COELHO, Fábio Ulhoa, **Curso de direito comercial**, volume 1 : direito de empresa / Fábio Ulhoa Coelho. — 16. ed. — São Paulo : Saraiva, 2012. 1. Direito comercial I. Título. CDU-347.7

 LAWINFO. **NeurontinLawsuit**. 2014. Disponivel em < http://lawsuits.lawinfo.com/Neurontin/index.html> Acesso em: 05/10/2016

MASSARUTI, N. **Ética Empresarial: Valores e Normas que delineiam a Identidade Organizacional.** Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Administração, do Programa UEL/UEM, Londrina, 2003. Disponível em <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp002414.pdf> Acesso em : 10/11/2016

RODRIGUES, Daniel Almeida. **Fundamentos para a compreensão da empresa como espaço de realização do ser humano**. 2008, Dissertação (Direito Empresarial) - Faculdade de Direito Milton Campos – Mestrado em Direito Empresarial

EMERY, Emerson Baldotto. **Ética e liberdade na Atividade Empresarial e a Responsabilidade pelos ricos do desenvolvimento do produto**. Revista Direito e Desenvolvimento, João Pessoa, v. 4, n. 7, p.93-123, jan./jun. 2013.Disponível em :**<** https://periodicos.unipe.br/index.php/direitoedesenvolvimento/article/view/56/57> Acesso em: 08/10/2016.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. **Responsabilidade moral e identidade empresarial**. Rev. adm. contemp. vol.7 no.spe Curitiba, 2003. Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552003000500003&script=sci\_arttext>acesso em: 08/10/2016.

GONÇALVES, Bernardo. **Curso de direito constitucional**. Rio de Janeiro: LumenJuruis editora, 2015.

SALGADO, Joaquim Carlos**. O Estado Ético e o Estado Poiético**. Revista do Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais. Ano XVI, n. 2. Belo Horizonte, p. 37-68, abr./jun. 1998.