

## Extrato da minha tese sobre A EMPRESA MODERNA: TEORIA JURÍDICA, FUNÇÃO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

A organização da produção de forma empresária justifica-se pelas razões históricas já expostas, pautadas pelas mudanças trazidas pelas revoluções industriais/tecnológicas. As relações sociais organizadas para a produção e circulação de bens e serviços representam fatos socioeconômicos essenciais à compreensão do fenômeno jurídico. O Direito Empresarial, enquanto ramo do Direito dedicado à matéria responde a esse *aggiornamento*, e é a isso que esse tópico se propõe ao analisar a empresa, sua função e responsabilidade sociais.

A organização dos fatores de produção possuem a marca de uma época. Dessa forma o empresário organiza o conjunto de bens de produção, exercendo sobre eles um poder de gestão ou controle, próprio da atividade empresarial, esta formada por uma situação jurídica composta por relações obrigacionais, reais, trabalhistas, consumeristas, fiscais e, via de regra, ambientais, além das empresariais, próprias da atividade.

A partir da codificação de 2002, normalmente entendida como marco legal do chamado moderno Direito Empresarial, os estudos jurídicos da empresa centraram-se na necessidade de se buscar a sua identidade. Esta tendência se deve, em certa medida, ao desenho da codificação de 2002<sup>1</sup>. O texto normativo apresenta o empresário como centro do núcleo produtivo e é a partir deste centro que são dispostas as normas a capacidade para o exercício da empresa, as restrições e impedimentos, o regime obrigacional, o estabelecimento empresarial e sua proteção, e parte do direito societário. Há, entretanto, inúmeras disposições importantes, como as que tratam das Sociedades Anônimas e dos institutos da Recuperação e Falência, presentes em legislação extravagante, anteriores e posteriores ao Código Civil de 2002. A teoria dos Atos de Comércio, corrente estruturante do Direito Comercial pátrio de 1850 até 2002, por sua vez, era organizada sob uma ótica positivista e atomista, na qual a ideia do dever ser se sobrepunha ao conteúdo econômico e social da empresa. Atendia, assim, a Teoria dos Atos de Comércio, aos ideários da revolução francesa, rompendo com o Direito Comercial da fase corporativa, que regulava os interesses de uma classe – os

---

<sup>1</sup> Que promoveu a dita Unificação do Direito Privado, ao incorporar parte do conteúdo empresarial à normativa Civil, não sem críticas de grande parte da doutrina, entre os quais Fábio Ulhoa Coelho (2003).

comerciantes matriculados em uma corporação de ofício, estendendo sua proteção a todos aqueles que realizassem atos de comércio<sup>2</sup>, estabelecidos por regulamento e representava o resultado natural de uma nova visão, no sentido de que a proteção à iniciativa privada tornava-se um princípio de ordem pública.

A Teoria dos Atos de Comércio respondia, pois, à doutrina liberal clássica smithiana e se coadunava com o capitalismo “pesado”, representado pelo fordismo, o que, segundo Bauman simbolizava

a autoconsciência da sociedade em sua fase ‘pesada’, ‘volumosa’ ou ‘imóvel’ e ‘enraizada’, ‘sólida’. Nesse estágio da sua história conjunta, capital, administração e trabalho estavam, para o bem e para o mal, condenados a ficar juntos por muito tempo – talvez para sempre, amarrados pela combinação de fábricas enormes, maquinaria pesada e força de trabalho maciça (...). O capitalismo pesado era obcecado por volume e tamanho e, por isso, também por fronteiras, fazendo-as firmes e impenetráveis (...). Em seu estágio pesado, o capital estava tão fixado ao solo quanto os trabalhadores que empregava (BAUMAN, 2001, pp. 69-70).

A Teoria da Empresa veio a romper com o conceito estanque de atos de comércio, ampliando o rol dos destinatários das suas normas. Centrada na figura do *sujeito* que pratica *atividade* comercial e não dos *atos*, o moderno Direito Empresarial permitiu a um número muito maior de pessoas a condição de empresário, visto que conforme o Código Civil “Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços (CC/2002. Art 966). O artigo, em seu parágrafo único, exclui algumas atividades, que são aquelas de natureza intelectual, científica, literária ou artística, mas ressalva que caso o exercício das profissões constitua elemento de empresa, podem, também essas, buscar na normatividade do Direito Empresarial, a proteção conferida por esse ramo.

Entende-se, ainda, que o atual Direito Empresarial se estrutura por meio de um encontro com a Teoria do Direito, de maneira a repensar seus institutos e a forma como vem a ser compreendidos. Para tanto, por evidente, o Direito enquanto instrumental deve adequar suas normas às práticas sociais, atualizando-se de acordo com essas, ao passo que as conforma aos ideais de uma sociedade livre, justa e solidária<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Conforme definição de Rubens Requião (REQUIÃO, 1978, pp. 5-6) “Por atos de comércio se há de entender, malgrado a dificuldade de conceituação, negócios jurídicos referentes diretamente ao exercício normal do comércio ou da indústria, consistentes na operação típica de compra e venda, ou ainda, naqueles atos que imprimem feição característica ao comércio (...)”.

<sup>3</sup> Conforme preceitua a Constituição da República Federativa do Brasil, de 1988, em seus objetivos, conforme art. 3º, I.

Assim, a empresa é funcionalizada a partir do momento que sua interpretação teleológica passa a exigir a construção de novas formas de operá-la. Ante a esta nova demanda, se torna necessário aferir o conteúdo da empresa. Sendo que este não pode ser encontrado por meio de uma reflexão apenas conceitual, sua relevância está em se abstrair das instituições jurídicas uma noção global, e não uma fórmula hermeticamente fechada para a empresa, encontrada pela investigação de seus elementos – a propriedade, a sociedade empresária, a atividade, a instituição economicamente organizada, a produção, a circulação e o mercado e isso torna imprescindível pensar a empresa em termos valorativos. Neste sentido se justifica a busca pelo seu significado, com o intuito de que essa acabe por revelar a sua função social, construída a partir de sua prática, baseada em um conceito de bem comum e de relações de alteridade (CATEB & OLIVEIRA, 2007).

A chamada “teoria da empresa” é, em verdade, uma releitura da teoria elaborada na Itália, em 1942, por Alberto Asquini, quando da publicação “dos perfis poliédricos da empresa”, teoria segundo a qual não existe um único conceito de empresa, conferindo ao termo uma diversidade de perfis ou acepções. Esses seriam o perfil subjetivo, segundo o qual a empresa se identificaria com o empresário ou sociedade empresária; o perfil funcional, identificando-se com a atividade empresarial, onde a empresa "seria aquela particular força em movimento que é a atividade empresarial dirigida a um determinado escopo produtivo”; o perfil objetivo ou patrimonial, onde a empresa é considerada como um conjunto de bens, um patrimônio afetado a uma finalidade específica e ainda, o perfil corporativo, que expressaria uma especial organização de pessoas formada pelo empresário, por seus prestadores de serviços e seus colaboradores, compondo um núcleo organizado em função de um fim econômico comum (FRANCO, 1995, pp. 27-33). Em nosso ordenamento, optou-se pela acepção funcional<sup>4</sup> do termo, logo, empresa é, tecnicamente, a *atividade* econômica organizada desenvolvida pelo empresário (ou sociedade empresária), de forma profissional visando a produção ou comercialização de bens ou serviços (art.966, CC/2002).

Por atividade econômica organizada entende-se aquela exercida de maneira habitual, onde o elemento da profissionalização do sujeito empresário prepondera. Por se tratar de atividade econômica, o *animus lucrandi*, ou finalidade lucrativa, também é,

---

<sup>4</sup> Embora, a própria legislação, por carecer de unicidade (vide projeto de Código Empresarial), às vezes a trate como sociedade empresária (como exemplo, temos a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT/1943, em seu art. 157).

a partida, elemento constitutivo de tal atividade, que deve ser voltada à produção ou circulação de bens ou serviços. Assim, como afirma Haroldo Verçosa (2008, p. 131) “a destinação dos produtos da empresa para o mercado é justamente um dos elementos diferenciadores entre a atividade do empresário e a de outros sujeitos que também exercem atividade econômica”. Importa ainda, ressaltar que finalidade econômica equivale ao objetivo de lucro e não à sua realização, visto que o risco empresarial é insito à própria atividade desenvolvida.

Na perspectiva da análise econômica, a empresa é um método de organização da produção no qual o empresário, detentor dos fatores de produção irá geri-los objetivando a diminuição dos custos de transação da produção final de um bem ou serviço destinado à satisfação das necessidades alheias. Como uma organização econômica de fatores de produção, capital e trabalho, operando com regularidade, e tomando os conceitos de instituição já apresentados, empresa é, sem dúvida, uma “instituição social” (SZTAJN, 2004) A empresa seria, assim, uma estrutura mais eficiente especialmente naquelas situações em que o sistema de preços, organizado pelo mercado, se mostrasse insatisfatório. A redução no número de contratos e a estabilização das relações manifestada em contratos de longa duração reduziria sensivelmente a necessidade de se pesquisar, realizar tratativas e elaborar contratos de menor duração, o que diminuiria sensivelmente os custos da produção (COASE, 1937)<sup>5</sup>.

Entendido dessa forma, muitos arranjos produtivos, ainda que não formalizados, como obriga o art. 967 do CC, seriam, em verdade, sociedades empresárias de fato, ou sociedades em comum. E por essa mesma razão deveriam também cumprir uma função social. Essa questão se torna crucial ao considerarmos que, especialmente no que tange aos negócios colaborativos, muitos deles não estão formalizados enquanto sociedades empresárias,

### 1-3-1 A função social da empresa

A seguir, faremos uma pequena incursão sobre as principais representações que a dogmática jurídica construiu a respeito do termo “função social da empresa”.

---

<sup>5</sup> Administrar riscos de forma que a atividade econômica sirva ao propósito de garantir satisfação social requer outra forma de organizar a produção, outra estrutura que facilite as relações de produção de bens e serviços para os mercados. Essa estrutura é a empresa ou “firma”, segundo Coase (SZTAJN, 2004, p. 66).

Os fundamentos do respeito à dignidade humana e aos valores sociais do trabalho e da livre iniciativa (CRFB/1988, art. 1º, incs. III e IV), bem como a construção de uma sociedade livre, justa e solidária, erigida a objetivo orientador da República (CRFB/1988, art. 3º), obrigam a observância de que os institutos jurídicos orientem sua atuação pela busca de uma função social, pela obtenção de benefícios coletivos a partir da realização das atividades humanas. A empresa, da mesma forma, como principal instituto de realização econômica não se evade a obrigação constitucional do cumprimento dessa finalidade e subsunção aos princípios gerais da atividade econômica (CRFB/1988, art. 170), que também tem como condão lhe orientar, quais sejam: valorização do trabalho humano e da livre iniciativa, conforme os ditames da justiça social; função social da propriedade; livre concorrência; defesa do consumidor; defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; redução das desigualdades regionais e sociais; busca do pleno emprego e tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. Além desses, outros princípios ainda devem orientar a exercício da atividade econômica, como a moralidade, a boa-fé empresarial e a dignidade humana.

A abordagem das empresas a partir da sua função social se deve, ainda, a algumas noções como a de que a ética e economia estão interligadas, tanto por questões de motivação humana (como deveríamos viver e sobre como organizar materialmente os recursos disponíveis) quanto em razão de conquistas sociais. A apropriação da economia como uma ciência, sobretudo, voltada à alocação de recursos favorece a construções de conceitos como *crescimento* prescindindo ou dispensando a dimensão do *desenvolvimento* que deveria ser-lhe intrínseca. A ideia moderna de desenvolvimento implica em sua reconceituação, no sentido de entendê-lo como resultado da apropriação efetiva das várias dimensões de direitos fundamentais: as liberdades substantivas das quais trata Amartya Sen (2012).

Tomando as diversas acepções que o termo empresa assume, faz-se importante nesse momento precisá-lo a fim de estabelecermos sobre qual função social estamos a tratar, ou dito de outra forma, sobre qual das dimensões da empresa a função social deve se manifestar, e como. Assim, seguindo a classificação jurídica proposta por Asquini, em 1942, podemos ter a empresa pensada como sociedade empresária, propriedade (estabelecimento), atividade, ou “corporação”.

Conforme aponta Cássio Cavalli (CAVALLI, 2006, p. 251), a empresa é pensada, sobretudo, a partir do empresário, dos agentes organizadores da atividade econômica. Tal afirmação é confirmada no art. 966 do Código Civil, que inaugura o livro da Empresa nesse diploma, ao conceituar o empresário e não propriamente a empresa, que tem seu significado extraído de forma residual. Como sublinham (CATEB & OLIVEIRA, 2007), caberia incluir a “sociedade empresária, ou seja, a pessoa jurídica que se constitui sob uma forma societária (...) visto que o maior número de atividades econômicas se realiza pela conjugação de esforços e capital de um certo número de pessoas associadas”. Assim, pela adequação à letra da lei, a uma função social deveria ser manifestada pelo empresário, sujeito que organiza a atividade, o que, como apontam os autores – amparados em Newton De Lucca (DE LUCCA & SIMÃO FILHO, 2000, p. 246) – resulta em outro silêncio injustificável da nossa normativa: um dispositivo específico referente à função social do empresário (CATEB & OLIVEIRA, 2007).

Sob a perspectiva objetiva ou patrimonial, a adequação da função social se justifica pela positivada “função social da propriedade” dos bens (materiais e imateriais) que compõem o estabelecimento, presente tanto no corpo constitucional (nos arts. 5º, inc. XXIII – relativo ao exercício de direitos subjetivos – e 170, inc.III – enquanto princípio da ordem econômica e social), quanto na legislação infraconstitucional<sup>6</sup>. Sendo a própria sociedade empresária o resultado de um contrato plurilateral, incompleto e de execução continuada, o princípio da função social dos contratos (art. 421, CC/2002) – bem como da boa-fé objetiva (art. 113, 187, CC/2002) e do equilíbrio econômico contratual (arts. 478 a 480, CC/2002)<sup>7</sup> – também fazem-se presentes. O entendimento da empresa enquanto um feixe de contratos (entre os sócios, com fornecedores, trabalhadores, consumidores e com o próprio Estado), também justifica a atenção a esse princípio específico.

Especificamente quanto ao exercício da empresa numa acepção funcional, temos, dentro da Ordem Econômica e Financeira Constitucional, o art. 173, § 1º, I,

---

<sup>6</sup> A exemplo do art. 2.035, do CC/2002 que dispõe que: “A validade dos negócios e demais atos jurídicos, constituídos antes da entrada em vigor deste Código, obedece ao disposto nas leis anteriores, referidas no art. 2.045, mas os seus efeitos, produzidos após a vigência deste Código, aos preceitos dele se subordinam, salvo se houver sido prevista pelas partes determinada forma de execução. Parágrafo único. Nenhuma convenção prevalecerá se contrariar preceitos de ordem pública, tais como os estabelecidos por este Código para assegurar a função social da propriedade e dos contratos” (*grifo nosso*).

<sup>7</sup> Além da vedação às cláusulas leoninas (art. 1008, CC/2002), da obrigação de se constarem disposições especiais para acionistas preferencialistas (art. 17, Lei 6404/76), há a necessidade da unanimidade (art. 999, CC/2002) ou quorum especial para alteração do contrato social ou para deliberação sobre algumas matérias (art. 1033, CC/2002) a fim de se garantir a proteção de sócios minoritários (CATEB & OLIVEIRA, 2007).

relativo à função social das empresas públicas e sociedades de economia mista e no Direito Empresarial, o parágrafo único do art. 116 e o art.154 da lei 6404/76 – Lei das Sociedades Anônimas –, e o art. 47 da lei 11.101/2005<sup>8</sup> – Lei de Recuperação e Falências, que versam sobre a função social da empresa enquanto atividade economicamente organizada. Embora repetido na codificação nacional, o termo carece de definição precisa e ainda mais de efetividade. Seu conteúdo, portanto, não se esgota na Constituição ou nas leis ordinárias em vigor, que em verdade, apenas mencionam o termo, mas não o definem, ou dito de outra forma, aquilo que, numa construção dialética ainda é tratado de forma adjetivada, quando pede soluções por substantivos.

Ainda, pode-se analisar a função social da empresa tomada essa sob a perspectiva da corporação ou instituição – o quarto perfil elencado por Asquini – no qual a empresa representa “um núcleo social organizado, em função de um fim econômico comum”, onde se conjugam os objetivos individuais do empresário e dos singulares colaboradores para a obtenção do melhor resultado econômico na produção (EL RAFIH, 2014)<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup>Art. 116 da Lei 6404/76 “Entende-se por acionista controlador a pessoa, natural ou jurídica, ou o grupo de pessoas vinculadas por acordo de voto, ou sob controle comum, que: a) é titular de direitos de sócio que lhe assegurem, de modo permanente, a maioria dos votos nas deliberações da assembléia-geral e o poder de eleger a maioria dos administradores da companhia; e b) usa efetivamente seu poder para dirigir as atividades sociais e orientar o funcionamento dos órgãos da companhia. Parágrafo único. O acionista controlador deve usar o poder com o fim de fazer a companhia realizar o seu objeto e 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”. Art. 154 da mesma lei: “O administrador deve exercer as atribuições que a lei e o estatuto lhe conferem para lograr os fins e no interesse da companhia, satisfeitas as exigências do bem público e da função social da empresa”. Como afirma Sérgio Botrel (BOTREL, 2009, pp. 123-124) “A rigor, a concretização dos direitos fundamentais existentes no “sistema social” criado pela sociedade anônima consiste em sua razão (jurídica) de ser”. Ainda, o art. 47, da Lei 11.101/2005: “A recuperação judicial tem por objetivo viabilizar a superação da situação de crise econômico-financeira do devedor, a fim de permitir a manutenção da fonte produtora, do emprego dos trabalhadores e dos interesses dos credores, promovendo, assim, a preservação da empresa, sua função social e o estímulo à atividade econômica” (*grifos nossos*).

<sup>9</sup>“Sob este perfil explica-se a orientação da legislação corporativa em considerar os empregados na empresa como associados do empresário para uma finalidade comum, participando, assim, dos lucros da instituição, e criando órgãos corporativos que permitam aos trabalhadores participar nos interesses comuns da empresa.” Não se confunde, portanto, o reconhecimento de uma organização de pessoas como instituição, com a questão da personificação. Instituição e pessoa jurídica agem em direções distintas. A atribuição de personalidade tem o escopo de atribuir ao sujeito as relações jurídicas externas da organização. Já o reconhecimento de instituição, implica somente no reconhecimento de um determinado modo de ser das relações internas entre os componentes da organização em relação a um fim comum. Cada instituição cria no seu interior um ordenamento elementar que ainda que reconhecido pelo ordenamento jurídico do Estado, que é instituição soberana, pode ser considerado como ordenamento jurídico de grau inferior (teoria da pluralidade dos ordenamentos jurídicos de Romano) (ASQUINI, 1996, p. 123). Aponta ainda o expoente da doutrina comercialista italiana que os elementos que caracterizam a instituição são: a) o fim comum; b) o poder ordenatório; c) a relação de cooperação; d) a formação de um ordenamento interno. (...) Ademais, não se pode encarar o fenômeno empresarial como algo estritamente estático, muito menos como algo unifacetário. A realidade social e econômica é complexa demais para

A função social pode ser sintetizada pela sua utilidade à sociedade ou pelo atendimento a um interesse coletivo, se justificando por decorrer da propriedade (meio de produção) ou do contrato (por se originar deste), ou ainda por ser inerente à própria atividade produtiva ou, ainda, como resultante dos interesses de todos aqueles que colaboram para a realização do seu objeto social. De toda sorte, o exercício profissional da atividade econômica organizada deverá subordinar-se à função social que implica na atenção aos interesses que convergem e resultam na empresa.

Ademais, o reconhecimento da necessidade da empresa se manifesta em alguns princípios como o da sua preservação (presente no art. 47 da Lei 11.101/2005), mas sua instrumentalização como algo que transcenda o interesse dos empresários e passe a gerar externalidades positivas, além de postos de trabalho e arrecadação fiscal parece necessitar de uma melhor regulamentação ou incentivo. Como apontado por Arnoldi e Michelin (2000):

A empresa, tal qual a concebemos hoje, não é mais uma mera produtora ou transformadora de bens que coloca no mercado. É, antes de tudo, um poder. Representa uma força socioeconômico-financeira determinada, com uma enorme potencialidade de emprego e expansão que pode influenciar, de forma decisiva, o local em que se encontra (ARNOLDI & MICHELAN, 2000, p. 88).

A despeito dessa posição, há entendimentos (amparados em Milton Friedman, 1970), que sustentam ser a única função da empresa a maximização dos seus lucros<sup>10</sup>, visto que se essa não ocorre, o que há é a massiva demissão de trabalhadores, a redução na arrecadação tributária, a diminuição do poder de compra, ou seja, a criação de condições para a crise econômica, segundo o Nobel de Economia. Deste modo, a maximização dos lucros da empresa já simbolizaria, *per se*, o cumprimento de sua função social. Tal posição, eminentemente liberal, tem encontrado, entretanto, poucos ecos atualmente. Em tempos de posituação da função social<sup>11</sup>, os estudos sobre a

---

generalizações semprecedentes ou delimitações conceituais, precisa-se, pois, de uma análise profícua de todo o contexto no qual se insere a empresa, de modo a versar sobre suas diversas áreas de atuação, e sob as inúmeras formas que a revestem. A empresa é um fenômeno, e como tal, está bem distante de uma análise simplista e limitada. Necessário se faz compreender a empresa de modo razoável e condizente, ainda que não se possa definir exatamente ou unitariamente” (EL RAFIH, 2014, p. 9).

<sup>10</sup> Outro economista, Paul Samuelson, defende que apenas as organizações monopolistas detentoras de um completo domínio de um dado segmento de mercado, deveriam desenvolver programas sociais (GUIMARÃES H. W., 1984, p. 216). Em 1948, Samuelson e Nordhaus (2005, p.557-560) desenvolveram “As Quatro Rodas do Crescimento” teoria segundo a qual o crescimento econômico, em qualquer país, rico ou pobre, baseia-se na disponibilidade e no correto aproveitamento de quatro fatores, essencialmente: recursos humanos (oferta de trabalhadores, educação, disciplina e motivação), recursos naturais (terra, minerais, combustíveis, qualidade ambiental - *grifo nosso*), formação de capital (máquinas, fábricas, estradas) e tecnologia (ciência, engenharia, gestão, iniciativa empresarial).

<sup>11</sup> Em verdade, a previsão para o cumprimento da função social da propriedade já existia desde a Constituição de 1934, (como se verá no quadro sinótico presente no capítulo 4), e se manteve nas



aplicação do instituto às propriedades empresárias são uma pauta constante. Nesse sentido, Fábio Konder Comparato (1990) ensina que:

Função, em direito, é um poder de agir sobre a esfera jurídica alheia, no interesse de outrem, jamais em proveito do próprio titular. Algumas vezes, interessados no exercício da função são pessoas indeterminadas e, portanto, não legitimadas a exercer pretensões pessoais e exclusivas contra o titular do poder. É nessas hipóteses, precisamente, que se deve falar em função social ou coletiva. (...) **em se tratando de bens de produção, o poder-dever do proprietário de dar à coisa uma destinação compatível com o interesse da coletividade transmuda-se, quando tais bens são incorporados a uma exploração empresarial, em poder-dever do titular do controle de dirigir a empresa para a realização dos interesses coletivos** (COMPARATO, 1990, p.65 – *grifo nosso*).

Em sentido semelhante, Eduardo Tomasevicius Filho (2003), sobre a função social da empresa, afirma que:

A função social da empresa constitui o poder-dever de o empresário e os administradores da empresa harmonizarem as atividades da empresa, segundo o interesse da sociedade, mediante a obediência de determinados deveres, positivos e negativos. Dessa forma, **a função social distingue-se de função econômica**; essa se esgota em pensar a empresa como fonte geradora de riquezas, impostos, emprego e lucro, não é certo dizer que, só por funcionar a empresa cumpre sua função social. (TOMASEVICIUS FILHO, 2003, p. 40 - *grifo nosso*)

Entendendo a função social da empresa como pressuposto, o Direito Empresarial assume um papel instrumental para que a empresa passe a revelar o interesse de todos aqueles que dela participam: assim, “o Direito a tutela não mais porque decorre do exercício de um direito subjetivo absoluto, mas porque a sociedade, vivenciando o atual estágio do capitalismo, não a prescinde”<sup>12</sup>. Assim, deve a função social da empresa ser encontrada por meio da sua aplicação, ficando justificada a necessidade de se encontrar o seu significado pelas novas formas de organização que o instituto assume. Dessa forma, o Direito Empresarial deve aportar elementos para uma metodologia na qual seu

---

Constituições subsequentes. Como marco da disciplina na legislação ordinária, temos Estatuto da Terra, de 1964, primeiro diploma infraconstitucional a dispor sobre o uso da propriedade de terra condicionado ao cumprimento da sua função social.

<sup>12</sup> Aponta Oliveira (2008, p. 94) que caso a função social da empresa fosse identificada apenas pelas suas manifestações na literatura jurídica ou econômica, o estudo sobre o seu conteúdo se daria por abordagem teórica, ou ao menos, limitada – as Teorias da Firma e a Institucionalista seriam exemplos: a primeira, justificando a função social da empresa a partir do ganho de utilidade por ela proporcionado, pela geração de um ganho social, marcado pela eficiência na produção de bens pela na facilitação de sua colocação ao acesso dos consumidores; a segunda, justificando sua função social por meio da interação da empresa com as demais instituições, patrocinando uma lógica concorrencial restrita.

sentido é revelado em razão da empresa e não do empresário<sup>13</sup> e somente será funcional se atender as necessidades das pessoas que ali laboram e daqueles que sofrem as externalidades geradas por ela (OLIVEIRA, 2008, p. 95).

Pode-se afirmar, ainda, que a “Teoria da Empresa”, ao colocar a *atividade* (sentido funcional) no centro da dogmática empresarial, considera que a melhor organização – possibilitada por um bom desenho organizacional e pela redução dos custos de transação – implica em uma maior circulação e apropriação de riquezas, e que a exploração da propriedade produtiva demanda a tutela dos interesses de todos os envolvidos, ou como afirmam Cateb e Oliveira (2007) “a velha concepção liberal de utilização da propriedade produtiva baseada em um sistema de exploração individual entra em crise ante a constatação de que a exploração coletiva dessa propriedade movimenta sua própria base conceitual”<sup>14</sup>.

Nesse aspecto, é interessante ainda pensarmos o termo empresa em sua acepção *corporativa* (institucional), enquanto reunião de esforços dos empresários e empregados visando uma finalidade comum. Para tanto, devem esses últimos participar da instituição por meio de órgãos corporativos que lhes permitam uma maior aproximação e pertencimento à empresa. Por essa construção, a concentração do poder decisório, sempre justificada na maior eficiência<sup>15</sup>, vem aqui a ser posta em questão: outra forma de estruturação, fundada economicamente em uma teoria que aproxime o interesse dos membros de uma sociedade aos interesses dos sujeitos que laboram nessa mesma sociedade empresária pode ser mais eficiente, especialmente se o conceito de função social da empresa for revisto, já que na proposição desse trabalho tal conceito se

---

<sup>13</sup> Neste caminhar, pode-se reproduzir a afirmação feita pelo Prof. Avelãs Nunes (2007, p. 29), para o qual: “(...) o aparecimento das sociedades comerciais marca o termo da forma individual do capitalismo, aquela forma que a Grande Revolução tinha querido imortalizar. Se, no capitalismo liberal e individualista, o possuidor de uma empresa era livre de a fazer funcionar ou de a fazer parar consoante os seus desejos, o mesmo já não pode tolerar-se, como princípio intangível, aos titulares das empresas hoje. As sociedades comerciais desenvolveram-se a tal ponto que delas resultou a valorização de riquezas consideráveis e o conseqüente melhoramento das condições de vida dos homens. Elas quase monopolizam o sistema produtivo das nações, delas dependem os que trabalham nas respectivas empresas e os que consomem os produtos por elas produzidos.”

<sup>14</sup> “(...) as normas de Direito Civil [onde se incluem a normativa empresarial] necessitam ser interpretadas como reflexo das normas constitucionais. A regulamentação da atividade privada (porque regulamentação da vida cotidiana) deve ser, em todos os seus momentos, expressão da indubitável opção constitucional de privilegiar a dignidade da pessoa humana” (MORAES, 2002, p. 28).

<sup>15</sup> “Vejam os célebres argumentos de que um mecanismo competitivo de mercado pode levar a um tipo de eficiência que um sistema centralizado jamais poderia atingir devido à economia de informação (cada pessoa atuante no mercado não precisa saber muita coisa como a compatibilidade de incentivos (as ações engenhosas de cada pessoa podem incorporar-se perfeitamente umas às outras). Considere agora, contrariamente ao que em geral se pressupõe, um exemplo no qual um resultado econômico é gerado por um sistema centralizado, com todas as decisões relativas à produção e alocação sendo tomadas por um ditador” (SEN, 2012, p. 44).

manifesta expressamente, mas não somente, em uma melhor repartição de benefícios (entre os quais, dividendos) entre os empresários e trabalhadores e na geração de externalidades positivas aos demais *stakeholders*. As práticas de governança corporativa<sup>16</sup> podem ser vistas como uma forma de se tentar responder a essas demandas por uma maior paridade dentro das instituições, embora não façam parte do rol de obrigações de uma empresa – estando abarcadas, como veremos, pelas práticas de responsabilidade social.

Além da maior repartição de benefícios, uma ideia que se coloca é que as externalidades negativas sejam internalizadas, razão pela qual Eros Grau (1981) nos informa que Estado deve garantir a liberdade econômica e, concomitantemente, operar a sua regulação. A colocação se opera no sentido de que a liberdade de iniciativa é um conteúdo aberto que deve ser interpretado segundo a pauta de valores prevista na Constituição Federal, razão pela qual tal liberdade não se manifesta apenas em poder, em tese, empreender ou não atividade empresarial<sup>17</sup>, mas significa, sobretudo, liberdade de acesso à participação no mercado, e para tanto, exige-se que outros direitos ou liberdades substantivas como educação tenham sido antes garantidos. A liberdade de iniciativa vista dessa forma, é instrumento de realização da justiça social, o que se poderia levar à análise da função social do mercado, que é patrimônio público, conforme art. 219 da CRFB/1988. Além do que, defende-se que estar no mercado não é simplesmente estar empregado, mas usufruir das possibilidades que esse mercado pode oferecer para uma constante ampliação das suas liberdades substantivas, o que inclui claramente a incorporação de práticas que favoreçam o desenvolvimento das habilidades dos sujeitos, que devem ser estimuladas pela sociedade. Assim, a livre

---

<sup>16</sup>A Governança corporativa seria uma forma de se orientar os diversos quereres e fazer com que a propriedade empresária atingisse a sua função social, tendo em vista a alteridade. “Conceitualmente, a Governança Corporativa surgiu para superar o “conflito de agência”, decorrente da separação entre a propriedade e a gestão empresarial. Nesta situação, o proprietário (acionista) delega a um agente especializado (executivo) o poder de decisão sobre sua propriedade. No entanto, os interesses do gestor nem sempre estarão alinhados com os do proprietário, resultando em um conflito de agência ou conflito agente-principal. A preocupação da Governança Corporativa é criar um conjunto eficiente de mecanismos, tanto de incentivos quanto de monitoramento, a fim de assegurar que o comportamento dos executivos esteja sempre alinhado com o interesse dos acionistas. A boa governança proporciona aos proprietários (acionistas ou cotistas) a gestão estratégica de sua empresa e a monitoração da direção executiva” (IBCG, 2015).

<sup>17</sup> Para algumas atividades empresariais – como as instituições financeiras, agentes do mercado de capitais, sociedades seguradoras, empresas de armamentos e localizadas na faixa de fronteira, empresas jornalísticas ou de radiotelecomunicação, entre outras –, é necessário que se requiera uma autorização do Poder Público, tendo em vista a relevância o interesse nacional, tendo em vista questões de ordem econômica, social ou de soberania. De certa forma, isso manifesta o reconhecimento, por lei, de que tais empresas exercem autêntica função social.

iniciativa apresenta-se como norma programática que vincula não apenas o Estado, mas as pessoas de direito privado. Este e outros dispositivos fundamentais da Ordem Econômica e Social do país obrigam as empresas ao seu cumprimento visto que são os principais agentes da vida econômica. Assim, como estabelece o art. 170 da Constituição Brasileira de 1988 que: “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, observados os seguintes princípios: I - soberania nacional; II - propriedade privada; III - função social da propriedade; IV - livre concorrência; V - defesa do consumidor; VI - defesa do meio ambiente; VII - redução das desigualdades regionais e sociais; VIII - busca do pleno emprego; IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País”.

Segundo Amartya Sen, ainda que se admitisse que o mecanismo de mercado pudesse em si, ser contraproducente (e nisso residem, inclusive, as proposições de Adam Smith sobre a necessidade de controle do mercado financeiro) e ainda que se entendesse que o direito das pessoas transacionarem não fosse inviolável, “pode-se ainda argumentar que há uma perda social quando se impede as pessoas de interagir economicamente umas com as outras” (SEN, 2012, p. 43).

Roberto Aguiar (2007), neste sentido, entende que “o direito só pode ser entendido como um sistema de interações simétricas ou assimétricas, onde uma dualidade mínima é condição para sua existência”. Dessa forma, tendo em vista as posições assimétricas assumidas pelos sujeitos, de um lado o detentor dos meios de produção e de outro o trabalhador e demais *stakeholders*, a alteridade serviria para a construção de uma normatividade emanada do “nós”, no sentido da instrumentalidade da empresa e, por consequência, da sociedade, em função da pessoa humana (OLIVEIRA, FARHAT, & CORRÊA, A democratização do sistema brasileiro de fomento às inovações tecnológicas no âmbito da Lei 10.973/2004, 2013).

O que se defende é que sem um delineamento preciso em termos das obrigações legais a cumprir, não é de se esperar que empresa vá para além das obrigações disciplinadas pelas codificações civis, tributárias, pela Consolidação das Leis do Trabalho e pela esparsa legislação empresarial e ambiental sobre o tema.

Partindo de um de seus elementos – a propriedade<sup>18</sup> – para a construção de um conceito mais abrangente, tem-se a empresa “necessariamente destinada ao cumprimento de uma função social, donde resulta a necessidade da observância de limitações ao seu exercício, que se manifestam positivadas por ao menos três formas: 1) a possibilidade de intervenção na titularidade do direito (desapropriação pelo não cumprimento da função social, por exemplo); 2) intervenção sobre a forma de gestão dos bens (normas que dispõem sobre a constituição das sociedades empresárias em geral) e 3) normas que versam sobre a estruturação das relações entre os proprietários e os demais sujeitos que estão, em alguma medida, interessados no uso do bem” (CATEB & OLIVEIRA, 2007) .

Neste sentido, uma proposta hermenêutica que aqui se faz é a integração, por analogia<sup>19</sup>, da expressão “função social da empresa” a partir da função social delineada constitucionalmente para a propriedade rural (art. 186<sup>20</sup> da CF/1988), em virtude de serem ambas propriedades aptas à geração de riquezas, ou seja, propriedades dinâmicas, na formulação estabelecida por Isabel Vaz (1993)<sup>21</sup>.

Na realidade, todas as propriedades são dinâmicas, a depender do uso que se dê a elas; como exemplo, uma propriedade urbana residencial pode ser utilizada para simples fruição ou pode servir à locação ou mesmo à especulação. Além disso,

---

<sup>18</sup> A respeito da propriedade empresa, Berle e Means, esclarecem que essa “não se refere apenas à estrutura física da fábrica. Inclui o acesso a todos os serviços necessários à produção, transporte, distribuição e venda. Refere-se a toda uma organização de funcionários, sem os quais a estrutura física da fábrica não seria nada, e a uma hierarquia de executivos, técnicos, diretores de vendas e pessoal, sem falar da rede de vendedores e das normas de relações de trabalho. (...) Subjacente a essa extensão do conceito de propriedade e às relações administrativas, está o reconhecimento do fato de que o capital penetrou muitíssimo no reino dos intangíveis. A empresa gasta um bom dinheiro construindo essa organização, reunindo essas informações técnicas, formando essa clientela” (BERLE & MEANS, 1988).

<sup>19</sup> Em sendo a analogia nossa primeira fonte de integração, conforme a Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro (BRASIL, DECRETO-LEI Nº 4.657, DE 4 DE SETEMBRO DE 1942.. Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro, 1942).

<sup>20</sup> Art. 186, CF/1988. A função social é cumprida quando a propriedade rural atende, simultaneamente, segundo critérios e graus de exigência estabelecidos em lei, aos seguintes requisitos:

I - aproveitamento racional e adequado;

II - utilização adequada dos recursos naturais disponíveis e preservação do meio ambiente;

III - observância das disposições que regulam as relações de trabalho;

IV - exploração que favoreça o bem-estar dos proprietários e dos trabalhadores.

<sup>21</sup> Segundo Isabel Vaz (1993, p. 141) a **função social** da propriedade seria manifestada por:

“Retirar o capital, os bens de produção do estado de ócio (aspecto estático), [que] consiste, pois, em utilizá-los em qualquer empresa proveitosa a si mesma e à comunidade. É dinamizá-los para produzirem novas riquezas, gerando empregos e sustento aos cooperadores da empresa e à comunidade. É substituir o dever individual, religioso, de dar esmola pelo dever jurídico inspirado no compromisso com a comunidade, de proporcionar-lhe trabalho útil e adequadamente remunerado”. Nesse sentido a decisão do TRT, 18ª Região, de 28 de agosto de 2015: “A Constituição da República, quando trata da função social da propriedade, em seus arts. 170, 182, § 2º, e 186, inc. III, também abarca a função social da empresa, um dos exercícios da propriedade, devendo, portanto, haver respeito para com os direitos de seus empregados (DIÁRIO OFICIAL, 28 de agosto de 2015, p. 200).

argumenta-se que a dinâmica é inerente à própria empresa, que é, segundo a acepção técnico-jurídica, uma atividade, e, portanto, não estática. Assim como a classificação dos bens em produtivos ou de consumo não deve se fundar em sua natureza, mas na destinação que se lhe dê<sup>22</sup>. Da mesma forma, pode-se afirmar que há a função econômica de um bem e a função econômica da relação jurídica que tem esse bem como objeto, ou seja, é a função econômica do negócio jurídico que estabelece essa relação.

Numa ampliação do conceito de propriedade, devem ser incluídos outros bens e direitos como o poder de controle empresarial, “o qual não pode ser qualificado como um *ius in re*, [mas] há de ser incluído na abrangência do conceito constitucional de propriedade”. Desta forma, no exercício da atividade empresarial, há a necessidade de se delinear os reais contornos desses deveres e responsabilidades de quem possui o poder de comando na sociedade empresária (para que sejam incorporados os interesses dos capitalistas e trabalhadores, mas também os da “comunidade” onde ela atua<sup>23</sup>) e daquilo que os negócios jurídicos devem assegurar tendo em vista a melhor destinação dos bens que lhe são objeto, segundo Fabrício Oliveira (2008).

O aperfeiçoamento do conceito de função social se revelaria, portanto, quando o Estado passasse a exigir do proprietário uma utilização daquela propriedade<sup>24</sup> conforme os preceitos da função social (da propriedade e mesmo do contrato, entendendo a empresa como um feixe desses). Assim, o proprietário sairia da condição de sujeito passivo da intervenção estatal e passaria à de “copartícipe” da ação estatal na realização dos princípios da Ordem Econômica e Financeira. O cumprimento da função social fomentaria o aparecimento da propriedade dinâmica, pois que obrigaria o proprietário a dar destinação à coisa. Dessa forma, no caso de uma propriedade empresária, os

---

<sup>22</sup>Além disso, a função de um dado bem em um ciclo pode ser determinada por várias e distintas relações. O maquinário, bem de capital em uma empresa, pode ser objeto de propriedade ou posse, em razão de financiamento com alienação fiduciária, de arrendamento mercantil ou comodato, como exemplos.

<sup>23</sup> Na lei de sociedades por anônimas (Lei nº 6.404/76), os já mencionados artigo 116, parágrafo único, e art. 154 determinam que o acionista controlador e o administrador devem usar suas atribuições e poderes que lhe conferem a lei o o estatuto para “fazer a companhia realizar o seu objeto e 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” e “lograr os fins e no interesse da companhia, satisfeitas as exigências do bem público e da função social da empresa”, respectivamente.

<sup>24</sup> Segundo Nicòlo (*apud* CAVALLI, 2006, p.252), o “paralelismo entre propriedade e empresa é perfeito: por um lado temos proprietário, propriedade, bem; por outro empresário, empresa, estabelecimento. Assim, a figura do empresário não se confunde com aquela posição subjetiva que chamamos *status* ou *condição profissional*, mas se coloca como a condição correlata à titularidade do direito de empresa”, essa entendida enquanto poder de gestão sobre um feixe de relações patrimoniais, resultando em situação jurídica complexa.

princípios da função social da propriedade e do contrato deveriam estar cumpridos para que essa se verificasse.

Para Eros Grau (1981), a empresa é a personificação melhor das propriedades dinâmicas pois que conjuga fatores de produção e a titularidade do estabelecimento (reunião de bens):

no momento estático a propriedade é direito subjetivo; no dinâmico, função. Se pensarmos a propriedade dos bens de produção, em organização de tipo capitalista, aí teremos, nos dois momentos, a sociedade e a empresa. A sociedade - os acionistas - detém uma relação jurídica de pertinência. Já a empresa, detém o poder que dos bens sociais emergem. Daí podermos sustentar que a sociedade existe juridicamente enquanto situação subjetiva – direito – ao passo que a empresa existe juridicamente enquanto fonte de poder-função (GRAU, Elementos de Direito Econômico, 1981, p. 128).

Nesse mesmo sentido, Fábio Konder Comparato (1990) ensina que neste tipo de propriedade, a questão fundamental não é a tutela contra turbações externas, mas a fiscalização e disciplina de seu exercício, a fim de se evitar o abuso ou o desvio do poder. Ou seja, a ilicitude não adviria apenas das irregularidades formais, mas também do desvio de finalidade, o que se caracterizaria em uma autêntica disfunção.

As formas de organização do trabalho e, conseqüentemente, as formas de organização empresarial respondem às mudanças; a fim de suavizar os impactos dos tempos atemporais<sup>25</sup> impostos aos trabalhadores e estabilizar o passivo ambiental gerado ao longo do seu “desenvolvimento”, empresas tem adotado determinadas posturas que tem como escopo promover alterações positivas no ambiente de trabalho. Em não havendo o delineamento legal de tal função, as demais ações da empresa, benéficas aos *stakeholders*, são desempenhadas apenas de forma voluntária por empresas, sendo abarcadas, portanto pelo título da responsabilidade socioambiental.

---

<sup>25</sup>Segundo Manuel Castells (2013) “o tempo do relógio da era industrial está sendo gradualmente substituído pelo [...] tempo atemporal: o tipo de tempo que acontece quando há uma perturbação sistêmica na ordem sequencial das práticas sociais desempenhadas no âmbito de um determinado contexto”. Os traços do tempo atemporal se apresentam de várias maneiras na sociedade globalizada, interconectada e midiática: no mundo do trabalho, esse deixa de apresentar os percursos previsíveis de carreira, supera-se o caráter fragmentário e descontínuo do conhecimento, há uma muito menor separação entre a jornada de trabalho, tempo pessoal e familiar, “devido à penetração de todo o tempo/espço por dispositivos de comunicação sem fio que confundem diferentes práticas em um quadro temporal simultâneo por meio do hábito maciço da realização simultânea de múltiplas tarefas” (CASTELLS, 2013, p. XXVI). Essa tendência a realizar um maior número de tarefas, não só quando da realização do trabalho num plano profissional, mas na vida cotidiana, é apresentada pelo autor como aceleração do tempo. O tempo atemporal é explicado por Castells, ainda, como uma “prática social cujo objetivo é negar a sequencia para nos instalar na simultaneidade perene e na ubiidade simultânea, nos estimulando a “correr atrás da miragem da transcendência do tempo” (CASTELLS, 2013, p. XXVII).

### 1-3-2 A Responsabilidade socioambiental empresarial (RSE)

Num breve histórico, datam de 1899 as primeiras abordagens referentes à responsabilidade social de empresas. Relacionadas, em verdade à pessoa do empresário e não à empresa, tais práticas manifestavam obrigações éticas vinculadas a princípios de caridade e de custódia: a primeira se manifestando no sentido de que os mais abastados deveriam contribuir financeiramente com os menos favorecidos socialmente, como os idosos, os desempregados e os inválidos, enquanto a custódia comportava a ideia de que as empresas e os ricos deveriam promover a repartição da riqueza social. Caridade e filantropia são, pois, termos que se ocupam dessas ações voltadas para uma população marginalizada, razão pela qual há aproximações valorativas e de forma sobre as suas manifestações (GARCIA, 2004).

A responsabilidade social empresarial inclui práticas de filantropia empresarial, mas não se restringe a essas, que se manifestam por doações e formas de atendimento assistencial. Joana Garcia (2004, p. 8) afirma que a “filantropia empresarial” não é um fenômeno contemporâneo, tendo ocorrido de forma atomizada e assistemática ao longo do período republicano e que a sua institucionalização no Brasil, por meio de leis e incentivos fiscais é anterior à visibilidade que o tema passou a ter nas últimas décadas<sup>26</sup>.

Datam do início do século as primeiras manifestações sobre o tema, que surgiram dos trabalhos de Charles Eliot (1906), Arthur Hakley (1907) e John Clark (1916) (*apud* GARCIA, 2004). Tais pesquisas não receberam apoio, entretanto, pois foram consideradas de cunho socialista. Em 1919, uma importante decisão da Suprema Corte de Michigan marcou uma posição no sentido de que os majoritários deveriam respeitar a vontade expressada pelos minoritários, iniciando uma jurisprudência sobre governança corporativa, um dos pilares da responsabilidade social<sup>27</sup>. Contudo, apenas nos anos de 1950 e 1960 o conceito de responsabilidade social se expandiu. Em 1953, nos Estados Unidos, o livro *Social Responsibilities of the Businessman*, de Howard

---

<sup>26</sup> A título de exemplo, “em 1935, foi promulgada a lei de declaração de utilidade pública, que regulamenta a colaboração do Estado com as instituições filantrópicas. Nas duas décadas subsequentes observa-se o florescimento das organizações partidárias criadas no berço do sindicalismo” (PIMENTEL, 2011).

<sup>27</sup> O emblemático julgamento Dodge X Ford, tratava da competência de Henry Ford, presidente e acionista majoritário da Ford Motors para tomar decisões que contrariassem interesses dos acionistas John e Horace Dodge. Na decisão, favorável aos Dodges, a responsabilidade e discricionariedade dos dirigentes da empresa foi avaliada no sentido de que a corporação existe para o benefício de seus acionistas e que os diretores podem se valer dela apenas para alcançar sua finalidade social (ASHLEY P. A., 2002, pp. 18-19)



Bowen, que recebeu atenção e ganhou espaço, “coincidindo e rivalizando com a presença marcante do Estado em países regidos pelo sistema do bem-estar social” (GARCIA, 2004, p. 27)<sup>28</sup>.

A construção de um conceito que expandia a responsabilidade das empresas para além dos seus acionistas encontrou, porém, ecos contrários: liberais mais arraigados entendiam que o alargamento do espectro de obrigações da empresa poderia conduzir ao desvirtuamento de sua finalidade primeira, o que acabaria impactando sobre os consumidores, e conseqüentemente sobre a sociedade, como a já mencionada posição de Milton Friedman, que acabou influenciando toda uma geração de pensadores vinculados ao liberalismo e, que se manifestou, sobretudo, nas teorias econômicas produzidas pela Escola de Chicago.

Na década de 70<sup>29</sup>, surgiram associações de profissionais interessados em estudar o tema, como a *American Accounting Association* e *American Institute of Certified Public Accountants*. Conforme Joana Garcia (2004, p. 7 e 14), em meados da década de 1980<sup>30</sup> a responsabilidade social corporativa passou a integrar a agenda do

---

<sup>28</sup> A ética protestante, presente na construção cultural simbólica da sociedade americana, relacionada a valores do individualismo e da propriedade privada, conjugada com a descrença no Estado fomentou o aparecimento de uma farta literatura sobre o tema. Em outros países como Itália, Suécia e Inglaterra, a responsabilidade social das empresas parece mais relacionada à participação em ações de reforço à cidadania, tais como ampliação de garantias trabalhistas e de participação dos trabalhadores na gestão das empresas, adesão às campanhas de interesse social e ambiental, transparência de balanço social, alargamento de direitos sociais garantidos por lei como licença parental, prioridade no recrutamento de mulheres para postos de chefia, redução de jornada de trabalho para famílias com crianças de até oito anos, entre outras. Nesses países, a responsabilidade social distintamente de uma noção de assistência e custódia relacionava-se com a ideia de que os gestores deveriam adotar políticas que se mostrassem condizentes com os valores almejados e perseguidos socialmente (GARCIA, 2004, p. 28).

<sup>29</sup> Nos Estados Unidos, a sociedade manifestava-se contra a Guerra do Vietnã e a produção de armamentos bélicos por empresas norte-americanas fomentavam o ideário de que as companhias estavam inseridas em um ambiente mais complexo, onde que suas ações influenciavam diversos sujeitos/agentes.

<sup>30</sup> Na década de 1980, em São Paulo, três iniciativas começaram organizar a filantropia empresarial e a delinear, a partir daí, o que seria um conceito de responsabilidade social de empresas no Brasil. São essas: o prêmio ECO, o Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE) e o Grupo de Institutos e Fundações Empresariais (GIFE). O Prêmio ECO, organizado pela Câmara Americana de Comércio, em 1982, foi primeiro evento de divulgação da filantropia empresarial no país, no qual empresas divulgavam seus programas e sua marca, que, segundo Joana Garcia (2004, p. 37) teve um efeito “de constituição de campo, tornando públicas as iniciativas em curso, incentivando novas e formatando as exigências para um processo de competição, cuja lógica procurava associar a competência do mercado ao engajamento político da sociedade civil”. A exemplo do Prêmio ECO, atualmente diversos eventos e feiras de responsabilidade social acontecem no país, como a Feira de Responsabilidade Social Empresarial da Bacia de Campos, que acontece há 8 anos no Município de Macaé/RJ. Em 1987 foi constituído o PNBE, originado, em parte, pela insatisfação com a representação política feita pela Federação das Indústrias de São Paulo (FIESP). O PNBE, além de antecipar questões que mais tarde viriam a integrar a campanha da Responsabilidade Social como a diversidade nas empresas, melhor distribuição de renda, estímulo à negociação como método de resolução de conflitos, teve um importante papel ao politizar temas de interesse social, definindo-os como pauta da atenção empresarial ao apresentar propostas com base em estudos feitos por soluções encontradas em outros países. O GIFE, por sua vez, foi constituído em 1995, e representou um grande avanço em termos de institucionalização da responsabilidade social no país, na

mundo globalizado; nos anos 1990, as políticas para o terceiro setor e a necessidade de se estabelecer o que seria da competência pública ou privada ampliaram as discussões sobre as suas práticas. Ainda segundo Garcia (2004), os anos de 1980 viram emergir a criação de Organizações Não Governamentais (ONG's) em muitas áreas da sociedade civil e nos anos 1990 as ONG's provocaram uma importante mudança no conceito de cidadania, ampliando a noção de tutela, antes muito próxima da caridade. Assim, a proposta trazida pelas ONGs da década de 1990 era no sentido de tornar o usuário um participante mais ativo dos serviços<sup>31</sup>.

O movimento de parcerias de algumas ONG's (nomeadamente das Organizações Sociais) com o Estado, iniciado nessa década, permanece e foi recentemente votado (em 16 de abril de 2015) pelo Supremo Tribunal Federal, que por 7 votos a 2, considerou a constitucionalidade da Lei 9637, de 15 de Maio de 1998<sup>32</sup>, que

---

medida em que a entidade tinha como propósito a discussão sobre o aperfeiçoamento e difusão dos conceitos e práticas vinculados à mesma, assim como a associação dos institutos fundações e empresas ao GIFE “passou a representar uma condição mais definida no campo da responsabilidade social”(GARCIA, 2004, pp. 37-39).

<sup>31</sup> Aponta Garcia (2004, pp. 14-15) que a estreita relação entre Estado e Igreja fez com que a assistência fosse apropriada como um favor e não como um direito a ser consolidado pelo Estado, o que contribuiu sobremaneira para as políticas de clientelismo, onde se destacavam a transformação do direito em benevolência, a personalização das relações e a manutenção da assimetria entre quem presta o serviço e quem desse usufruiu.

<sup>32</sup> A ADIN nº 1923/DF foi ajuizada pelo Partido dos Trabalhadores (PT) e pelo Partido Democrático Trabalhista (PDT) postulando a declaração de inconstitucionalidade da Lei 9637/98. Os autores alegavam que a criação das Organizações Sociais configuraria uma tentativa de escapar do regime jurídico de direito público, transferindo as responsabilidades do Poder Público para o setor privado. Abaixo se segue a avaliação do STF sobre os principais aspectos discutidos na ação: a) organizações sociais não poderão substituir o Estado na prestação de serviços públicos, mas atuarão de modo complementar; b) o contrato de gestão tem natureza de convênio e estabelece apenas uma forma de parceria entre o Estado e os particulares, de modo que, através do repasse de recursos e bens públicos, estaria aquele fomentando a atuação de particulares em áreas dotadas de relevância pública, desde que os princípios constitucionais que regem a Administração Pública estejam presentes no processo qualificatório da organização social; c) a Constituição, quando se refere aos setores de cultura (CF, art. 215), desporto e lazer (CF, art. 217), ciência e tecnologia (CF, art. 218) e meio ambiente (CF, art. 225), afirma que tais atividades *são deveres do Estado e da Sociedade*, assim, como faz o mesmo, utilizando termos diferentes, em relação à saúde (CF, art. 199, *caput*) e à educação (CF, art. 209, *caput*), afirmando que, ao lado do dever do Estado de atuar, tais atividades são “livres à iniciativa privada”; d) quanto à outorga de permissão de uso de bem público à OS, sem a necessidade de licitar, a justificativa também repousa na lógica do fomento; e) quanto à alegação de que as contratações de serviços com terceiros pelas OS's, fazendo uso de dinheiro público, sem a realização de licitação representaria violação à Constituição, o Ministro expõe que as organizações sociais não fazem parte da Administração Pública Indireta, figurando no Terceiro Setor. Nesta mesma peça, formulavam pedido de declaração de inconstitucionalidade da redação do artigo 24, XXIV, da Lei 8666/93, que prevê a dispensa de licitação “*para celebração de contratos de prestação de serviços com as organizações sociais, qualificadas no âmbito das respectivas esferas de governo, para atividades contempladas no contrato de gestão*”; f) Quanto aos empregados das Organizações Sociais, visto que não são servidores públicos, mas empregados privados, a sua remuneração não deve ter base em lei, mas nos contratos de trabalho firmados consensualmente. Da mesma forma, a seleção de pessoal e a contratação de obras e serviços deve ser efetuada de modo *impessoal e objetivo*, sem, entretanto, os rigores do concurso público; g) não deve haver afastamento do controle do Tribunal de Contas pela Lei impugnada no que concerne à aplicação dos recursos públicos; da mesma forma não há restrição à atuação do Ministério Público.

*“dispõe sobre a qualificação de entidades como organizações sociais, a criação do Programa Nacional de Publicização, a extinção dos órgãos e entidades que menciona e a absorção de suas atividades por organizações sociais”*)<sup>33</sup>. Tal assunto será retomado na Parte III desse trabalho, ao tratar das intervenções do Estado no domínio econômico sobre as formas de incentivo a negócios sociais e colaborativos.

Também de 1998, data a constituição do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, organização sem fins lucrativos, enquadrado como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP)<sup>34</sup>, principal instituto de alcance nacional com políticas que objetivam a responsabilidade social e que apresenta como missão “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável” (ETHOS, O que é RSE, 2012a).

Em 1999, a ONU lança o Global Compact, instrumento no qual solicita aos dirigentes de empresas a aplicação de um conjunto de nove princípios sobre Direitos Humanos, Trabalhistas e Ambientais; em 2000 a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) aprova uma nova versão para as “Diretrizes para Empresas Multinacionais”, de 1976, que serve de guia para as ações de responsabilidade social das empresas que operam em um dos 29 países-membros da Organização ou que tenham esses como sede. Em 2001 a Comissão das Comunidades Europeias apresenta um livro com o título “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social de empresas”, que inseriu com mais profundidade o debate no continente europeu e serviu de inspiração para empresas internacionais (LOURENÇO & SCHRODER, 2003, p. 5).

---

<sup>33</sup> Tal Lei é parte das reformas administrativas empreendidas pelo Governo FHC, de acordo com Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado, 1995, elaborado pelo Ministério da Administração e Reforma do Estado (MARE). De acordo com o então Ministro Luiz Carlos Bresser Pereira, sendo o espaço público mais amplo que o estatal, esse pode ser estatal e não estatal. Da mesma forma, nem todas as atividades instituídas pelo Estado são públicas, porque dependem do regime jurídico adotado, se público ou privado. Assim, as organizações sociais se localizariam na esfera pública não estatal, o que não importaria na privatização das atividades do Estado, mas teria o objetivo de ampliar o caráter democrático e participativo da esfera pública, subordinando tais entidades a um direito público ampliado e renovado (MENDONÇA, 2008, p. 103).

<sup>34</sup> A Lei 9.790/1999, que regula as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público dispõe que: “Art. 1º Podem qualificar-se como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público as pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, desde que os respectivos objetivos sociais e normas estatutárias atendam aos requisitos instituídos por esta Lei. § 1º Para os efeitos desta Lei, considera-se sem fins lucrativos a pessoa jurídica de direito privado que não distribui, entre os seus sócios ou associados, conselheiros, diretores, empregados ou doadores, eventuais excedentes operacionais, brutos ou líquidos, dividendos, bonificações, participações ou parcelas do seu patrimônio, auferidos mediante o exercício de suas atividades, e que os aplica integralmente na consecução do respectivo objeto social. § 2º A outorga da qualificação prevista neste artigo é ato vinculado ao cumprimento dos requisitos instituídos por esta Lei. (BRASIL, 1999).

A evolução desses institutos serviu para delinear melhor os contornos da responsabilidade social e nortear as ações das empresas, das ONG's e do Estado. Joana Garcia (2004, pp. 11-12) aponta a existência de um campo híbrido entre a ação social praticada por indivíduos e organizações não governamentais e a política definida pelo Estado como assistência social. Segundo a autora, não se trata apenas de uma questão de competências, mas das concepções que orientam essas práticas. Assim, o debate sobre a filantropia empresarial surge da crise do Estado de Bem-estar social e da reconfiguração dos papéis do Estado, mercado e da sociedade civil. Garcia (2004, p. 9) alerta ainda para dois aspectos positivos da crescente participação empresarial nas ações sociais<sup>35</sup>, a partir do desenvolvimento do conceito de responsabilidade social: 1) a ressignificação de uma cultura empresarial até então baseada somente no lucro; e 2) uma busca por resultados mais eficientes para ações sociais já praticadas pelas empresas, que fomentaram a geração de uma maior consciência em torno das responsabilidades compartilhadas. Um dos riscos da ampliação de tal conceito, entretanto, se manifesta no âmbito dos direitos sociais, quando concorrem agentes que não tem mandato para assegurá-los (GARCIA, 2004, p. 16), e assim a ideia de cidadania pode vir a ser apropriada, não coincidindo com o exercício pleno de direitos civis, políticos e sociais. Além disso, referendaria-se o diagnóstico de que o Estado é ineficiente na gestão dos problemas sociais e indicaria-se a baixa credibilidade das instituições sociais. A já mencionada lei das Organizações Sociais (OS's) esbarra no mesmo tipo de crítica, pois refletiria, sob determinado aspecto, a baixa institucionalidade (e credibilidade) das instituições governamentais na consecução dos seus fins<sup>36</sup>.

É fato, entretanto, que a participação empresarial possibilita o fomento a um número expressivo de organizações (comunidades, ações, programas) com capital e recursos limitados. A responsabilidade social, entretanto, como é entendida hoje, introduz uma maior preocupação com ações integradas: a entrada do empresariado no chamado terceiro setor (campo por excelência de atuação das ONG's) revela a busca por identificação com determinados agentes (potenciais consumidores, inclusive) e a

---

<sup>35</sup> Joana Garcia (2004) afirma que o termo social tem sido utilizado, no Brasil, com duas conotações específicas: como um conjunto de indivíduos qualificado: "o social", que se contrasta com a sociedade como um todo, e como um conjunto de práticas específicas voltadas a um segmento da sociedade. O elemento comum às conotações é o público ao qual se dirigem (GARCIA, 2004, p. 10).

<sup>36</sup> Sobre as políticas de responsabilidade social (mas também caberiam à crítica dos programas implementados pelo terceiro setor), o empresariado apareceria como um "ator qualificado a instituir a lógica da eficiência e do novo jeito de 'fazer o bem'" (GARCIA, 2004, p. 16). A autora também atenta para aquilo que chama "refilantropização do social", movimento que sugere um retrocesso no campo da política assistencial, visto que a ideia é a de os benefícios sejam prestados por agentes altruístas.

sua consequente distinção em relação a outros (sobretudo concorrentes). Muitas práticas se dão, dessa forma, por meio de parcerias com instituições do terceiro setor e há uma busca por aquelas que tenham maior legitimidade social e apresentem maior suporte institucional, o que torna mais provável que os recursos das empresas estejam melhor investidos e que a racionalidade empresarial, que muitas vezes também é transferida, seja mais bem aproveitada. Aponta Joana Garcia (GARCIA, 2004, p. 22), entretanto, que “essa troca de ‘competências’ não é livre de tensões e ambiguidades, já que não se trata necessariamente de uma convergência de projetos ou visões sobre o social”<sup>37</sup>.

Tendo em vista não haver uma regulamentação “heteronormativa” estatal sobre as suas práticas – exceto na modalidade indutiva –, a responsabilidade social e filantropia distinguem-se, basicamente, pelos seus agentes e conteúdos, onde a responsabilidade social empresarial se inscreve procurando distanciar-se da visão exclusivista de filantropia, por portar valores mais consistentes e fomentadores do capital social, mesmo que contemple também práticas da filantropia. No quadro apresentado abaixo, situamos algumas distinções sobre os dois conceitos.

<p><b>Filantropia empresarial</b></p>	<p>Em geral, as ações são destinadas a funcionários, como venda de produtos da empresa a preço de custo; auxílio na construção de casas próprias.</p> <p>As ações voltadas à comunidade são esporádicas, como doações e participação em campanhas para arrecadação de bens.</p> <p>As motivações são, sobretudo, humanitárias, e decorrem de uma opção pessoal dos dirigentes. Dado que as ações se dão de maneira eventual, a relação com o público alvo é de doador-destinatário; não há preocupações em associar a imagem da empresa à ação social nem em relacionar-se</p>
---------------------------------------	--

<sup>37</sup> Além disso, aponta a autora, que para as empresas determinadas parcerias podem induzir a associações pouco desejadas, visto que o campo da filantropia ainda é permeado por práticas paternalistas e ações de cunho religioso” (GARCIA, 2004, pp. 22-23).

	<p>com o Estado; os resultados resumem-se a menções pelo auxílio prestado.</p>
<b>Responsabilidade social empresarial</b>	<p>As ações destinadas a funcionários são em regra relativas à segurança no trabalho, apoio ao tratamento de doenças, cursos de aperfeiçoamento profissional; disponibilidade de profissional responsável pelo bem estar físico e psíquico do funcionário e sua família</p> <p>As ações destinadas à comunidade são, por exemplo, a contratação preferencial de moradores do entorno e patrocínio a times de futebol ou a construção de áreas para páticas de atividades de lazer.</p> <p>A motivação seria o senso de responsabilidade e o incremento da reputação da empresa; a participação é pró-ativa e as ações são integradas: a relação com o público alvo é de parceria e a ação é incorporada na cultura da empresa, afetando todos os colaboradores. A princípio, os resultados são pré-estabelecidos e há preocupação com o</p>

	cumprimento dos objetivos traçados. Por se tratarem de ações contínuas, busca-se dar transparência às iniciativas, que são, em regra, complementares à ação do Estado, havendo por vezes, parcerias com entes públicos.
--	---

Fontes: (HERZOG & VIEIRA, 2015, pp. 40-41); (GARCIA, 2004, p. 24 e 25)

No Brasil, bem como nos Estados Unidos, as ações filantrópicas acontecem em geral através de fundações privadas constituídas por fundos de empresas, muitas vezes nomeados “institutos”<sup>38</sup>. Aqui, especialmente, a grande maioria das fundações e institutos estão vinculados a empresas, diferentemente do que ocorre nos Estados Unidos. Isso porque aqui não há incentivos ao investimento de pessoa física, o que claramente representa uma lacuna legislativa, causando impactos econômicos negativos à constituição de fundos que poderiam ser uma fonte eficiente para captação de recursos privados. Em estudo realizado pelo Grupo de Institutos e Fundações Empresariais (GIFE) e pelo Instituto para o Desenvolvimento de Impacto Social (IDIS), apontou-se o panorama do investimento filantrópico no Brasil (HERZOG & VIEIRA, 2015, p. 38). Segundo o estudo, a filantropia empresarial possui características peculiares que a distinguem das ações de responsabilidade social empresarial, mas que são também absorvidas por essa, visto que mais abrangente, como se pode observar.

A tentativa por parte das empresas de sistematizar suas práticas de responsabilidade social inspiram a construção do empresário-cidadão, engajado com valores sociais, mensurando custos e benefícios e associando objetivos da empresa a buscas por resultados coletivos, “num hibridismo entre as lógicas do mercado e da política” (GARCIA, 2004, p. 26). Assim, o discurso da responsabilidade empresarial pretende articular as noções de eficiência das empresas com a cidadania que deveria ser provida pelo Estado, mas não o é, aonde se coloca uma das principais críticas à responsabilidade social, que é exatamente a de qual papel cabe às empresas, visto que não seria função dessas decidirem o que é do interesse público (GARCIA, 2004, pp. 26-31).

---

<sup>38</sup> “Instituto, então, pode ser compreendido como a denominação que se dá a determinadas entidades, ou ao gênero, onde se encontram determinadas espécies de pessoas jurídicas. Assim, tanto uma sociedade, como uma associação ou uma fundação, podem ser denominadas de instituto. Usualmente o termo tem sido mais utilizado para identificar algumas sociedades civis sem fins lucrativos, donde, provavelmente surge a confusão terminológica” (RESENDE, s/d).

Para a doutrina norte-americana (CLARK *apud* BOTREL, 2009, pp. 131-132) há basicamente cinco vertentes teóricas para o papel das empresas, que serão sumamente analisadas abaixo:

- i) Dualismo: “propõe uma separação rígida entre as esferas pública e privada”, de modo que a condução dos negócios deva apontar para a maximização da riqueza dos acionistas, num equilíbrio entre curto e longo prazos;
- ii) Monismo: entende que a responsabilidade social das companhias deve ser estimulada para a criação de uma cultura mais adequada de exploração da atividade empresarial, entendendo que esse tipo de comportamento gera um benefício à imagem das mesmas junto ao público;
- iii) Idealismo Moderado: sugere o respeito pelas empresas às normas e regulamentações jurídicas, mesmo que a não observação de tais institutos forem economicamente mais eficientes;
- iv) Idealismo Elevado: aponta que o interesse residual da companhia deve incluir uma gama de interesses para além da maximização de riquezas da companhia;
- v) Pragmatismo: propõe uma maior interação entre público e privado, incentivando as instituições governamentais a utilizarem as companhias para a implementação de políticas públicas, ao passo em que as companhias devam atuar no oferecimento de serviços públicos de maneira lucrativa<sup>39</sup>.

Fato é que como resultado de demandas da sociedade, de lutas sociais e de tentativas de adequação das empresas a essas, o conceito de responsabilidade social foi sendo ampliado para além da responsabilidade com os acionistas, passando a incorporar novos públicos, havendo, pois, uma gradual incorporação de dimensões como a ética, a social, a ambiental, para além da econômica. A crescente exposição das práticas de negócios a julgamentos públicos provenientes de uma ampliação da consciência da cidadania, especialmente nos países desenvolvidos, trazida também por uma força adquirida pelos movimentos das minorias, especialmente o movimento ecológico,

---

<sup>39</sup> As críticas de Clark às correntes seguem-se aqui: “o ponto de vista dualista tem aspectos positivos mas pressupõe e depende de uma justa distribuição de riquezas e arranjos institucionais aceitáveis no governo. O monismo tende a ser incrivelmente convencional e meramente paliativo. O idealismo moderado não parece ser muito praticado. O idealismo elevado, se adotado, simplesmente expandiria o fracasso básico do governo, confusão de objetivos e absorção de energia em intermináveis queixas de grupos interessados, enquanto destrói a principal virtude das companhias, a sua capacidade de atingir objetivos definidos eficientemente. O pragmatismo é uma ideia benevolente, mas não será implementado em uma escala verdadeiramente significativa a menos que o governo se organize (CLARK *apud* BOTREL, 2009, p. 132).



passou a exigir das empresas retornos diversos sobre aspectos distintos das suas atividades a um público maior<sup>40</sup>.

A responsabilidade social empresarial, assim, pode ser entendida como uma resposta às mudanças pelas quais passam as empresas, ou, antes disso, uma resposta das mesmas a um clamor social sobre o papel que devem desempenhar perante o meio onde se inserem e para com seus *stakeholders*. Nesse interim, importa salientar que os termos função e responsabilidade social são por vezes confundidos por razões terminológicas jurídicas, visto que responsabilidade, para o Direito, representa o nascimento do poder de exigir o adimplemento de uma obrigação legal, enquanto, na realidade, a responsabilidade social empresarial restringe-se a um ato volitivo das empresas.

O termo responsabilidade social que outrora se vinculava a prestação de contas a partir do entendimento da empresa como uma organização destinada precipuamente a garantir aos seus sócios ou acionistas a maior lucratividade, dentro da tradicional visão de responsabilidade no ambiente corporativo, encerrava a ideia da prestação de contas por parte do administrador aos *shareholders*, já não mais satisfaz à noção contemporânea de responsabilidade dentro de uma empresa, dado que esta se relaciona com muitas outras instituições e diversos públicos. Richard Daft (1999, p. 98) define a responsabilidade social como “a obrigação da administração de tomar decisões e ações que irão contribuir para o bem-estar e os interesses da sociedade e da organização”. Patrícia Ashley (2003, p. 6), por sua vez, define a responsabilidade como o “compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente<sup>41</sup>, agindo proativa e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela”. Para Guimarães (1984, p. 215), o conceito de responsabilidade social parte da ideia de que empresas, tal como os indivíduos, devem responsabilizar-se pela condução das suas atividades e das conseqüências por essas geradas. Nesse sentido, a empresas é

---

<sup>40</sup> Segundo Ricardo Abramovay (ABRAMOVAY, 2012, p. 78) “a capacidade da vida econômica de produzir bem-estar estará, de forma crescente, exposta ao julgamento público, sob modalidades que vão muito além daquilo que o mecanismo de preços, por si só, pode fazer”. Os campos apontados como oportunidades simultâneas de negócios e geração de bem-estar são apontados pelo autor como a economia verde e a economia da informação em rede.

<sup>41</sup> Pelo fato de a própria qualidade de vida representar um conceito em construção, resultando especialmente em conquistas sociais do século XX, e da ideia da responsabilidade social vincular-se, de certa forma, a esse conceito, a própria responsabilidade social acaba por ser, também ela, uma ideia em construção.

equiparada à pessoa física, sujeita de direitos, na medida em esta condição lhe é conferida<sup>42</sup>. O Instituto Ethos, por sua vez, caracteriza a responsabilidade social como

a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. A responsabilidade social é focada na cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações com um público maior (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, governo e meio ambiente), cuja demanda e necessidade a empresa deve buscar entender e incorporar aos negócios. Assim, a responsabilidade social trata diretamente dos negócios da empresa e de como ela os conduz. (ETHOS, O que é RSE, 2012a)

Segundo Adela Cortina (2003, pp. 28-31), algumas razões vieram avaliar o nascimento de uma ética empresarial renovada, resultando em uma nova roupagem da RSE. Aponta a autora que os princípios dessa nova ética são: 1) a necessidade de se criar capital social; 2) a emergência das éticas aplicadas a diferentes esferas do conhecimento; 3) as mudanças ocorridas na concepção da empresa, onde valores não apenas econômicos passaram a ser considerados; 4) a maturação dos mercados, impondo às empresas atenção às demandas dos consumidores; 5) a mudança na consciência coletiva – compartilhada por uma sociedade pluralista – sobre os termos do desenvolvimento.

Assim, a responsabilidade social, numa abordagem contemporânea, tem a ver com a participação das empresas privadas na solução das necessidades públicas, o que se vincula tanto à atuação das empresas junto ao Estado quanto aos demais interessados. Ocorre que, distintamente de uma obrigação legal (manifestada por uma *responsabilidade* contratual ou extracontratual), a responsabilidade social empresarial parte de uma ação volitiva das empresas. Seu significado é, portanto, distinto de uma responsabilidade legal, formando outro conceito, dado o seu uso corrente, amplamente difundido. Não há, pois, um marco legal para a responsabilidade social das corporações, diferentemente da função social – presente em leis – embora essas não tratem de seu conteúdo ou alcance. Por essa mesma razão, a responsabilidade social empresarial

---

<sup>42</sup> O Direito Empresarial, enquanto ramo específico a versar sobre a natureza das empresas e suas prerrogativas tem atuação fundamental nessa construção. No sentido há inclusive súmula no sentido de oferecer proteção à pessoa jurídica, ente ficcional, contra o dano moral (Súmula 227/1999, do Superior Tribunal de Justiça).

possui uma gama bastante ampla de significados, assumindo, por vezes, nuances de obrigação legal, comportamento responsável – num sentido ético – ou ainda, de contribuição caridosa (Wotaw *apud* GOMES & MORETTI, 2007, p.6).

Segundo Gomes e Moretti (2007, pp. 6-7) a responsabilidade social, torna-se, assim, um termo de fácil apropriação à linguagem das empresas pois simboliza, simplesmente, o ato de “dar respostas” aos interessados. Os autores elencam algumas dimensões das ações de “responsabilidade social” alertando para o uso instrumental de tais práticas. Segundo os mesmos, ao realizarem ações na esfera do que se convencionou chamar de RSE, as empresas obtêm vantagens em vários campos: a responsabilidade socioambiental estaria, desta forma, sendo apropriada como estratégia para que as empresas continuassem a praticar ações que visam exclusivamente o seu próprio interesse e não como instrumento de repartição de benefícios. Segundo Ricardo Abramovay (ABRAMOVAY, 2012) (2013)

um dos mais importantes fenômenos históricos do capitalismo contemporâneo é a exposição crescente dos negócios privados a formas variadas de julgamento público que vão bem além do mercado (mas que, muitas vezes, acabam também se exprimindo nos preços dos produtos, dos ativos, e no valor das próprias marcas das (ABRAMOVAY, 2012, p. 130)

Assim, responsabilidade socioambiental e sustentabilidade são conceitos que vêm sendo apropriados por inúmeros atores econômicos – sobretudo empresas – para justificarem práticas muito diversas e nem sempre próximas de uma realidade que se pretende sustentada, como será mais bem observado no Anexo I, que traz uma breve compilação e análise crítica das ações responsabilidade socioambiental de algumas sociedades empresárias.

A primeira vantagem, apontada por Gomes e Moretti (2007, pp. 6-7) no uso da responsabilidade social pelas empresas seria percebida na esfera econômica, já que as empresas, ao fazerem doações a projetos sociais (um dos expedientes mais recorrentes das práticas de RSE), em verdade estariam ocultando a não incorporação dos custos sociais e ambientais em seus processos produtivos ou produtos; como consequência, esses tornar-se-iam mais competitivos, gerando vantagens exclusivas para as empresas e repartindo as externalidades negativas sobre o meio ambiente e a população (titular do bem de uso comum que sofreria, ainda, os custos sociais). As doações, por sua vez, corresponderiam apenas a uma pequena fração dos custos que deveriam ser internalizados e não necessariamente seriam destinadas a ONG's ou associações que

pudessem minorar os efeitos de determinada atividade empresarial geradora de externalidade negativa, um expediente conhecido como “green washing”. Quando do planejamento tributário, por sua vez, há descontos, que são possibilitados a título de dedução do imposto de renda das pessoas jurídicas que fazem doações às instituições elencadas por lei em rol taxativo (conforme Lei 9.249/1995)<sup>43</sup>.

A segunda vantagem se daria no campo mercadológico, onde autores argumentam que “crise na publicidade” criou a necessidade de novos instrumentos de fixação da marca para os consumidores, e que a associação da imagem das empresas a condutas socialmente responsáveis seria capaz de impactar na ampliação do mercado (a quarta dimensão apontada pelos mesmos), pois a vinculação a essas ações – como aquelas relacionadas à melhoria do meio ambiente ou as que promovem uma formação continuada dos funcionários – teria por fim abarcar novos consumidores que, sensibilizados, optariam pela empresa responsável ante os seus concorrentes<sup>44</sup>. Segundo Joana Garcia (2004, p. 32) a publicização, como marketing, das ações sociais empresariais é oportuna para quem o pratica porque “focaliza dois problemas que mobilizam o debate político” ao discutir as “funções e o desempenho do Estado” e

---

<sup>43</sup> A lei 9.249/95 em seu art.13, inc. V,§2º prevê isenções às empresas que contribuam com instituições de ensino e pesquisa e OSCIP’s:

Art. 13. Para efeito de apuração do lucro real e da base de cálculo da contribuição social sobre o lucro líquido, são vedadas as seguintes deduções, independentemente do disposto no art. 47 da Lei nº 4.506, de 30 de novembro de 1964:

**§ 2º Poderão ser deduzidas as seguintes doações:**

I - as de que trata a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991;

**II - as efetuadas às instituições de ensino e pesquisa** cuja criação tenha sido autorizada por lei federal e que preencham os requisitos dos incisos I e II do art. 213 da Constituição -Federal, até o limite de um e meio por cento do lucro operacional, antes de computada a sua dedução e a de que trata o inciso seguinte;

**III - as doações**, até o limite de dois por cento do lucro operacional da pessoa jurídica, antes de computada a sua dedução, **efetuadas a entidades civis, legalmente constituídas no Brasil, sem fins lucrativos, que prestem serviços gratuitos em benefício de empregados da pessoa jurídica doadora, e respectivos dependentes, ou em benefício da comunidade onde atuem**, observadas as seguintes regras: (...)

c) **a entidade civil beneficiária deverá ser reconhecida de utilidade pública por ato formal de órgão competente da União** (*grifos nossos*).

<sup>44</sup> Ainda, respondendo à crise na publicidade, empresas tem investido em outras formas de propaganda, como propagandas lançadas como videoclipes, em que somente ao final desses se descobre tratar-se de um anúncio publicitário, a exemplo do recente vídeo dos produtos de limpeza Veja, protagonizados pela cantora de funk Valeska Popozuda, veiculado no site Youtube (YOUTUBE, 2015). Além disso, em tempos de blogs, os detentores desses domínios tornam-se “embaixadores” das marcas, formulando opiniões sobre produtos e serviços com aparência de conteúdo jornalístico. Ainda, observa-se em algumas empresas a ênfase na mudança nos métodos de produção e de consumo, que permitem trocas, a empresa B Maria Farinha Filmes (YOUTUBE, 2015a). Sobre as novas formas de veiculação da marca, é interessante, ainda, notar a crescente atuação de empresas em áreas, a partida, completamente desvinculadas da sua atividade fim, como o Edital Natura para financiamento da cultura (NATURA, 2015). Por outro lado, há os “anúncios resposta”, que funcionam como verdadeiros questionários online. Ainda, dentro das novas formas de apresentação das matérias, e em resposta a tempos de tamanha fluidez (BAUMAN, 2001), vários conteúdos informados já apresentam o tempo que você despenderá com sua leitura (BITCOIN, 2015).

focalizar “ações de enfrentamento a temas de interesse social”, o que faz com que a associação de uma marca a uma ação social desenvolvida por uma empresa seja uma estratégia muito eficiente, pois agrega aos atributos do bem ou serviço ofertado um conteúdo valorativo que apela a um consumo mais qualificado, o que pode ser altamente compensador para a empresa.

Outra perspectiva a ser considerada quando do marketing é de que a associação entre atividade de consumo e mercado decorre de uma politização dos consumidores. Naomi Klein (2002) afirma que perante um modelo de produção fragmentado e globalizado (fomentado pelas fusões e desconcentração das indústrias) e de um consumo internacionalizado, o produto perdeu a importância perante a marca, que não se refere diretamente a um bem ou serviço, mas a um conjunto de atributos e valores. Por essa mesma razão, as marcas de certificação e coletivas, que serão objeto de análise à frente, passariam a ter uma grande influência sobre o consumidor.

A filantropia empresarial, que associa o lucro à responsabilidade empresarial, orientou uma nova modalidade de marketing ao relacionar interesses privados a valores coletivos, inaugurando o “marketing social”. Numa escala conhecida por “Hierarquia das Necessidades” (MASLOW, 1940, *apud* GARCIA, 2004, p.47), à medida em que as necessidades de subsistência restassem atendidas, os indivíduos buscariam a satisfação de outras dimensões, vinculadas a sentimentos de pertencimento e de auto-realização e esse tipo de mudança comportamental dos agentes deveria orientar o comportamento das empresas na maneira como ofertam dos seus bens.

Segundo Manfred Max-Neef (1991), as necessidades do ser humano não são ilimitadas, mas podem ser categorizadas por uma matriz de carências e satisfações: a premissa que embasa a teoria de Max-Neef é a de que a vida digna não depende de uma expansão infinita de consumo, especialmente daquele tido como supérfluo<sup>45</sup>, e, por essa razão, as necessidades humanas poderiam ser organizadas sob a forma de uma matriz que compreende nove categorias axiológicas (“subsistência”, “proteção”, “afeto”, “entendimento”, “participação”, “ócio”, “criação”, “identidade” e “liberdade”) relacionadas, cada qual, com quatro categorias existências (“ser”, “ter”, “fazer” e

---

<sup>45</sup> Amartya Sen (2012) a sua vez, distingue valores e necessidades. Para o autor, o desenvolvimento é um processo contínuo de aquisição de capacidades, que não se limitam ao preenchimento de necessidades, sejam essas básicas ou não. Segundo Sen, reduzir as pessoas à satisfação de necessidades fornece uma visão estreita da própria humanidade. Max-Neef procura, com sua matriz, ampliar o próprio conceito de necessidades, ao incluir nelas os valores que seriam outrora referidos por Sen. Segundo DALY e FARLEY (2011), na teoria de Sen os “funcionamentos” corresponderiam às necessidades humanas, enquanto as capacidades incluiriam as formas de ser e as oportunidades propiciadas, que são as realizações das satisfações em Max-Neef (1991).

“interagir”). Tais categorias são complementares e não estáticas, dependendo, inclusive, do progresso tecnológico de uma sociedade. Assim, por exemplo, uma conexão eficiente e economicamente acessível à internet pode ser entendida como a conjugação das categorias valorativas “participação, “ócio”, “criação”, “identidade” e “liberdade” com as categorias “ser”, “ter”, “fazer” e “interagir”.

O trabalho do economista Fred Hirsch (*apud* CROUCH, 1983) sobre bens posicionais<sup>46</sup> também é capaz de fornecer importantes elementos para se pensar a escala de valores dos consumidores, na medida em tais bens servem exatamente a uma função de distinção de determinado grupo em relação ao outro. Num momento em que se firma a economia da experiência e em que valores como o desenvolvimento sustentável<sup>47</sup> ganham relevo, o consumo de bens “ecologicamente corretos” é altamente valorizado. “A promoção ou adesão a programas sociais pode ser um incremento, uma forma de bem posicional para quem já se diferencia por outros valores relacionados ao consumo” (GARCIA, 2004, p. 48).

Os campos ou dimensões esquematizados pelos autores Gomes e Moretti (2007) embora forneçam alguma contribuição didática, em realidade refletem uma mesma crítica: a apropriação pelas empresas do discurso da responsabilidade social em suas

---

<sup>46</sup> Tais bens posicionais seriam a base daquilo que se tem por consumo conspícuo, tema que será retornado na Parte III do trabalho, ítem 3.2.1.

<sup>47</sup> Segundo o Relatório da Comissão Brundtland (1987), “O desenvolvimento sustentável é aquele que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades”. Amartya Sen (2012) critica a ideia presente no conceito de desenvolvimento por de satisfação das necessidades por considerá-lo reduzido. A Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (ONU, 1992) elenca o conceito e seus desdobramentos nos seguintes princípios: Princípio 3 - O direito ao desenvolvimento deve ser exercido de forma tal que responda equitativamente às necessidades ambientais e de desenvolvimento das gerações presentes e futuras; Princípio 4 - Para se alcançar o desenvolvimento sustentável, a proteção do meio ambiente deve constituir parte integrante do processo de desenvolvimento e não pode ser considerada isoladamente em relação a ele; Princípio 8 - Para alcançar o desenvolvimento sustentável e uma melhor qualidade de vida para todas as pessoas, os Estados deveriam reduzir e eliminar os sistemas de produção e consumo não-sustentáveis e fomentar políticas demográficas apropriadas” (ONU, 1992). Numa outra leitura, “desglamurizado e desmitificado, [o desenvolvimento sustentável] é um conjunto de mecanismos de ajustamento que resgata a funcionalidade da sociedade capitalista, ora naturalizada como paradigma da sociedade moderna: nova contabilização de processos produtivos, incorporando externalidades; políticas de financiamento mais brandas; novos indicadores de desenvolvimento, que incorporem o bem-estar humano e proteção ambiental; reciclagem industrial; controle de emissões; parcimônia no manejo de recursos naturais; estímulo à produção de conhecimento ambiental e a programas de monitoramento; controle demográfico etc (...)” (STEPHAN & MARTINS, 2015). O conceito de desenvolvimento sustentável está, assim, intimamente relacionado de responsabilidade socioambiental de organizações num momento em que a “sustentabilidade” adquire contornos de vantagem competitiva, expressa na elaboração dos Relatórios de Sustentabilidade e por suas ações publicitárias frente ao consumidor. Na esfera constitucional, os artigos 170, caput e VI e 225, caput tratam especificamente da questão, como exemplo: “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações (Art. 225 da CRFB - BRASIL, 1988).

ações com o fito de obter vantagens econômicas, cooptar novos mercados e solidificar suas marcas, seja pela não internalização dos custos ambientais, pelas deduções tributárias que conseguem por meio das doações a instituições legalmente respaldadas ou pelo incremento em seu *market share*.

Em que pesem as primeiras afirmações, sobre o garantia do bom nome de suas marcas e a expansão de seu mercado consumidor, essas são duas atribuições inerentes à atividade mercantil. Logo, quaisquer senões a esse respeito tem de ser melhor elucidados, pois somente depõem contra as empresas o uso de meios não idôneos para se garantirem tais fins. Quanto à publicidade, com relação à atuação das empresas, há disposição do CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária –, em vigor desde agosto de 2011, que veda toda a publicidade (inclusive aquela veiculada pela internet) que seja descomprometida com a realidade das ações ambientais praticadas pelas empresas<sup>48</sup>.

O Anexo U – intitulado “Apelos de Sustentabilidade”, explicitando melhor os conceitos do artigo 36 do Código do Conselho, afirma que a publicidade ou *marketing* relacionado a causas socioambientais devam produzir resultados sociais relevantes para o anunciante e para a causa apoiada, e que tendo em vista que não existem compensações plenas que anulem os impactos socioambientais produzidos pelas empresas, as ações de responsabilidade socioambiental não poderão ser comunicadas como evidência suficiente da sustentabilidade geral da empresa. Explicita ainda, que, caso a publicidade trate de ação futura, é necessário que essa condição esteja clara (em respeito à concretude) e que não são considerados pertinentes anúncios que divulguem o

---

<sup>48</sup> Segundo o artigo 36 do Código do Conselho:

A publicidade deverá refletir as preocupações de toda a humanidade com os problemas relacionados com a qualidade de vida e a proteção do meio ambiente; assim, serão vigorosamente combatidos os anúncios que, direta ou indiretamente, estimulem:

a poluição do ar, das águas, das matas e dos demais recursos naturais; a poluição do meio ambiente urbano; a depredação da fauna, da flora e dos demais recursos naturais; a poluição visual dos campos e das cidades; a poluição sonora; o desperdício de recursos naturais.

**Parágrafo único**

**Considerando a crescente utilização de informações e indicativos ambientais na publicidade institucional e de produtos e serviços, serão atendidos os seguintes princípios:**

**veracidade** – as informações ambientais devem ser verdadeiras e passíveis de verificação e comprovação;  
**exatidão** – as informações ambientais devem ser exatas e precisas, não cabendo informações genéricas e vagas;

**pertinência** – as informações ambientais veiculadas devem ter relação com os processos de produção e comercialização dos produtos e serviços anunciados;

**relevância** – o benefício ambiental salientado deverá ser significativo em termos do impacto total do produto e do serviço sobre o meio ambiente, em todo seu ciclo de vida, ou seja, na sua produção, uso e descarte (CONAR, 2012 – *grifos nossos*).

mero cumprimento das disposições legais e regulamentares como benefícios socioambientais (CONAR, 2012)<sup>49</sup>.

Segundo Ricardo Abramovay (2012) a responsabilidade social pode ser realmente aferida quando dos impactos materiais positivos sobre sociedade e o meio ambiente, o que implica uma reelaboração das obrigações da empresa, de modo a incorporar interesses não estritamente financeiros nos seus processos decisórios e a divulgarem relatórios do seu desempenho social e ambiental usando padrões reconhecidos e atestados por protagonistas independentes (terceira parte não interessada). Sobre esse aspecto, os princípios elaborados pelo CONAR podem ser auxiliares dessa espécie de regulamentação.

A questão acima destacada é interessante porque se as empresas só adotam determinadas condutas visto que tais possivelmente poderão provocar um incremento em seu mercado por condicionar a ação dos consumidores, a autorregulamentação, a proibir a veiculação de ações que não sejam efetivamente praticadas – e, ao mesmo tempo, estabelecer outras regras que as direcionem sobre o que vem a ser responsabilidade social, aproximando-a do termo sustentabilidade – acaba por fornecer alguns conceitos e diretrizes às condutas das empresas<sup>50</sup>. Além disso, sendo o CONAR uma instituição basicamente regulada pelo mercado, é de se esperar que os outros *players*, que atuam no mesmo seguimento da empresa anunciante venham a fiscalizar as práticas desta a fim de evitar que suas fatias de mercado sejam reduzidas.

Fátima Portilho (2005) nos demonstra, amparada em farta literatura, que as atividades cotidianas, como ir às compras, passaram, com o tempo, a serem vistas como comportamentos e escolhas que afetam a qualidade do meio ambiente e que a variável ambiental, além do fator preço/qualidade, passou a influenciar o poder de escolha do consumidor sensível à causa “verde”. Essa estratégia de consumo, entretanto, pode ser analisada, segundo a autora, “como uma espécie de transferência da atividade

---

<sup>49</sup> Além disso, proíbe o Conselho que o anunciante faça alusão a causas, movimentos e indicadores de desempenho, se não autorizado por entidades oficiais (CONAR, 2012).

<sup>50</sup> O incremento no *market share* da empresa que adviria dessa publicidade, contanto que legítima, seria consequência natural de uma ação bem desenvolvida e com consequências positivas para todos os envolvidos. Neste caso, as questões travadas seriam exclusivamente aquelas de ordem ética, com pertinentes questionamentos sobre qual é a possibilidade de que os imperativos da publicidade guiem as escolhas das empresas. Conforme Richard Sennet (2012) a construção da personalidade depende do quanto ela é autêntica em público; tomando ao nosso trabalho, em tempos em que a “personalidade” das empresas é fator determinante para o seu sucesso empresarial, a ética e a imagem pública não deveriam se dissociar. Afinal, valerem-se as empresas de um incremento em sua lucratividade por benefícios diretos à coletividade não seria um mal em si.



regulatória em dois aspectos: do Estado para o mercado, através de mecanismos de autoregulação; e do Estado e do mercado para o cidadão, através de suas escolhas de consumo” (PORTILHO, 2005, p. 3). Em ambos os casos, aponta, estar-se-ia transferindo a responsabilidade para o indivíduo, por meio da valorização do bom consumidor e do relevo à figura do bom cidadão.

De acordo com pesquisa publicada em 2013 pelo Instituto Akatu sobre a Responsabilidade Social das Empresas e Percepção do Consumidor Brasileiro, 25% dos consumidores baseiam-se nas informações dos anúncios de televisão para escolher produtos com atributos sustentáveis quando são de alguma forma motivados a fazer uma escolha mais consciente. Entretanto, segundo a mesma pesquisa, em números relativos, a quantidade de consumidores que pautam suas opções de compra por produtos ambientalmente adequados não aumenta de forma considerável e é amplamente dependente do segmento de mercado e da faixa de renda do consumidor. A esse respeito, o incremento do *market share* da empresa que adviria dessa publicidade absorvida pelos consumidores, contanto que legítima, seria consequência natural de uma ação bem desenvolvida, consequências positivas para todos os envolvidos. Neste caso, as questões travadas seriam exclusivamente de ordem ética, sobre qual é a possibilidade de que os imperativos da publicidade guiem as escolhas das empresas<sup>51</sup>.

A esse propósito, é mister destacar que a opção de escolha de bens e serviços “ecologicamente corretos” não é igualmente distribuída entre países os consumidores. A internalização dos custos ambientais, pela incorporação de mais altos *standards* aumenta o valor dos bens, importando em uma “desvantagem comparativa”, razão pela

---

<sup>51</sup> Eduardo Marcos (2005), utilizando os conceitos de campos de Bourdieu, afirma que: “Uma corporação que investe em fundos sociais na Bolsa de Valores está buscando demonstrar à sociedade que é preocupada com o desenvolvimento social através de suas intervenções, o fortalecimento de sua marca, e por fim, o objetivo principal, que é a valorização de seus fundos no mercado, ou seja, maximização do seu lucro (...) todo o agente social, ao agir, respeita uma certa lógica. Isto é, há sempre um complexo de causas materiais que lhes faculta a adoção desta ou daquela estratégia. Isto não significa, no entanto, que estes agentes sejam necessariamente racionais, ou seja, operem para cada instante de sua existência um cálculo racional de custos e benefícios. Os jogos sociais são processos estruturados de relação que não se deixam flagrar como jogos. A importância de participar não é calculada, mas implícita, considerada óbvia (...). Essa evidência decorre de uma certa atribuição de valor a este ou aquele objeto de luta definida em processos de socialização e decorrentes do pertencimento ao campo. Em outras palavras, atribuir um certo valor a um troféu é também condição de pertencimento a campo e condição de participação no jogo, no seu jogo. O troféu é considerado objeto de valor porque é socialmente definido como troféu no interior do campo. Resumidamente, as empresas criam ou fomentam a criação desses troféus e a partir deles, passam a adquirir o capital do qual são originariamente desprovidas, que é o capital social. Como exemplo podemos citar a criação do Instituto Ethos, que recebe financiamento indistintamente das corporações, quer elas estejam preocupadas com a efetivação do social ou não”.

qual a ideia de *dumping* ambiental já é uma realidade nos foros de discussão de comércio internacional, a exemplo da Organização Mundial do Comércio (OMC)<sup>52</sup>.

Com relação à não internalização dos custos e às isenções tributárias obtidas, essas são questões que exigem uma análise mais rigorosa. A pergunta que se coloca é: os custos socioambientais a serem suportados por uma empresa são somente aqueles especificados em lei e, portanto, a obediência à legislação laboral e ambiental é suficiente para uma adequação a esses? A observância da lei é premissa para o exercício de todas as empresas e para a obtenção de licença daquelas que possuem atividades mais impactantes, o que se dá pela aferição de sua regularidade junto aos órgãos estatais competentes. Neste caso, qual imperativo faria com que as empresas absorvessem todas as externalidades negativas de sua atividade sem que haja um mandamento legal para isso? Um sopesamento entre as externalidades positivas (geração de postos de trabalho, arrecadação fiscal, inovação tecnológica) e as negativas (especialmente as que concernem a uma diminuição na qualidade do entorno ambiental, e o aumento de demanda por serviços públicos como ensino, saúde, transporte, entre outros) deveria ser feito para se apurar a real responsabilidade das empresas?

Nesses casos, seria realmente possível esperar que essa internalização dos “prejuízos sociais” fosse encarada a título de responsabilidade social ou isso deveria acontecer a título de função social, devendo-se pensar, para tanto, em intervenção estatal por normatização? Assim, assevera Feitosa (2009),

Neste caso, mais do que responsabilidade, pensa-se em responsabilização ou accountability. A primeira categoria passa a impressão de uma ação espontânea das próprias empresas, enquanto a segunda traz implícita a ideia de condução do processo, que pode ocorrer no sentido da autorregulação pelo mercado (empresas de certificação de qualidade) ou hetero-regulação (por organismos do Estado ou da sociedade civil) (FEITOSA, 2009, p. 48-49 – grifo nosso).

Nesse sentido, Ubiratan Cazzeta (2007) vai além e defende que, especialmente quando dos estudos de Avaliação de Impactos Ambientais (AIA), os prejuízos sociais calculados devam ir além daqueles usualmente utilizados pelos institutos responsáveis e possam aferir também o quanto a instalação de novas indústrias onera o setor público, na medida em que este passa a arcar com novos custos – como educação e saúde, por

---

<sup>52</sup> A esse respeito ver: Standards ambientais internacionais – uma análise do comércio internacional entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento (JORGE, 2009).

exemplo – em função da migração populacional para determinada área, a fim de atender a indústria “nascente”<sup>53</sup>.

No que tange às isenções tributárias, a crítica também merece respaldo. Afinal, seriam as doações, formas efetivas de cumprimento da responsabilidade social pelas empresas? Segundo Rodrigo Magalhães (MAGALHÃES, s/d) as isenções fiscais praticadas pelo Estado<sup>54</sup> para estimular determinadas práticas de “responsabilidade social” pelas empresas não poderiam ser classificadas como tal, visto que empresa estaria investindo na sociedade um montante que seria devido ao Estado. Sobre os incentivos fiscais, acreditamos, entretanto, que a responsabilidade social poderia sim, ser fomentada por meio de incentivos tributários, enquanto sanções premiaias, na esteira do que Eros Grau (1981) denomina regulação por indução, como será visto na Parte III desse trabalho.

Outra crítica que se coloca tem a ver com a eficácia da gestão: Joana Garcia (2004, pp. 33-34) aponta que há uma clara incompatibilidade entre a lógica da obtenção de resultados – própria do mercado – e o campo social. Ou seja, “há resistências em se delegar à empresa a tarefa de identificar e constituir um campo de atuação do que venha a ser interesse social, definindo as prioridades, a forma de atuação e o montante de recursos a ser investido”. Como será apresentado no quadro presente no Anexo I, com alguns exemplos de ações de responsabilidade social, a crítica não se revela desmedida. Trata-se, entretanto, em certa medida, de uma concepção tecnocrática, que baseia seu modelo de gestão exclusivamente a partir de padrões de planejamento e previsibilidade de ações e respostas, impedindo, o experimentalismo e as inovações que as ações de responsabilidade social podem promover.

Outra questão que se reporta é da *accountability*, ou seja, da capacidade das empresas em prestarem contas aos grupos interessados e como podem esses grupos beneficiar-se dos resultados obtidos. Por ora, a responsabilidade social tem sido mensurada por meio de indicadores, que visam aferir a conformidade da realização da atividade econômica em consonância com outros valores perseguidos pelas empresas.

Para Araújo, Sousa e Mendonça ( 2006) os indicadores da responsabilidade empresarial são aqueles que indicariam uma “sustentabilidade” na condução de sua

---

<sup>53</sup> Tal questão, na prática, apresenta-se de forma diametralmente distinta da proposta pelo autor. Empresas recebem incentivos tributários como isenções de IPTU e impostos municipais e estaduais para se instalarem em determinada localidade.

atividade e seriam aferidos: a) a partir do uso racional das fontes renováveis e da eficiência energética e hídrica, dos investimentos na manutenção de um habitat natural e da conformidade às normas ambientais - que seria mensurada pelo número de autuações por violações a essas, no controle/tratamento de emissões de gases, efluentes e resíduos sólidos; b) na análise dos contratos com os fornecedores - que iriam desde a aquisição de matérias-primas ambientalmente corretas a um uso racional dessa; c) pelas cláusulas contratuais que envolvessem questões trabalhistas, reciclagem, respeito à diversidade cultural na contratação das pessoas (o que se prende à noção de respeito a direitos fundamentais), práticas trabalhistas que englobariam segurança do trabalho e saúde ocupacional e o treinamento dos funcionários para torná-los mais aptos a desenvolverem suas atividades e, por fim, d) a responsabilidade social de forma estrita, se prende à promoção de programas que promovam o desenvolvimento social.

O Instituto Ethos também apresenta indicadores de responsabilidade social<sup>55</sup> a serem preenchidos pelas empresas<sup>56</sup>. Os Indicadores Ethos são uma ferramenta de gestão, de uso gratuito, que visa apoiar as empresas na incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial em suas estratégias de negócio, de modo que esse venha a ser sustentável e responsável. A ferramenta é composta por um questionário para preenchimento online que permite o autodiagnóstico da gestão da empresa (relatórios), o planejamento e o estabelecimento de metas para o avanço da gestão na temática da RSE/Sustentabilidade.

Esses critérios, aferidos pelo questionário, se pautam em diretrizes e questões formuladas pelo Instituto, divididas em grupos e intituladas: 1- *valores, transparência e*

---

<sup>55</sup>Há, ainda, outros, indicadores de atuação das empresas, como o Sistema Integrado de Gestão, conhecido como sistema SIG, que afere a responsabilidade por meio das certificações conferidas por instituições com a International Organization for Standardization (ISO) ou o Global Reporting Initiative (GRI), e ainda outros, como as “Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade” (G3) da Global Reporting Initiative (GRI) - uma iniciativa conjunta da organização não governamental *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (Ceres) e do Programa da Organização das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) - que objetiva aumentar o desenvolvimento e a melhora da qualidade e da aplicação efetiva dos relatórios de sustentabilidade; a norma ABNT NBR ISO 26000, que apresenta um guia de diretrizes sobre responsabilidade social que visa orientar organizações de diferentes culturas e contextos, buscando uma padronização de suas ações (tal norma foi criada por um processo deliberativo com a participação de mais de 400 pessoas, 78 países e 40 organizações internacionais e regionais); a norma SA 8000, voltada para a melhoria das condições de trabalho, abrangendo os principais direitos dos trabalhadores (saúde e segurança, liberdade de associação, limite de horas de trabalho, compensação, garantias contra trabalho infantil, trabalho forçado e discriminação) e certificando seu cumprimento por meio de auditorias independentes. Ainda, o Pacto Global (Global Compact), Programa da Organização das Nações Unidas (ONU), que busca mobilizar a comunidade empresarial internacional na promoção de dez princípios fundamentais, abordando direitos humanos, direitos do trabalho, proteção ambiental e combate à corrupção (ETHOS, Iniciativas, 2012c).

<sup>56</sup> Esses critérios variam conforme o grau de complexidade da sociedade empresária, sendo diferenciados para as microempresas e empresas de pequeno porte.

*governança* (nos quais se inserem as autorregulações de condutas, entendidas como os compromissos éticos, o enraizamento na cultura organizacional, a governança corporativa e as relações transparentes com a sociedade, sendo essas aferidas pela relação com a concorrência, diálogo e engajamento dos *stakeholders* e o balanço social); 2- *público interno*, onde são aferidos, por exemplo a valorização da diversidade e as relações com trabalhadores terceirizados, além de preparações para aposentadoria, 3- *meio ambiente*, onde se inserem as variáveis de compromisso com a melhoria da qualidade ambiental e a educação e conscientização ambiental; 4- *fornecedores*, onde se avalia toda a cadeia produtiva; 5- *consumidores e clientes*, onde se mensura a dimensão social do consumo; 6 - *comunidade*, onde se avalia a atuação da empresa no entorno onde ela está instalada e 7- *governo e sociedade*, onde se avalia, por, exemplo, a participação em projetos sociais governamentais (ETHOS, 2012a)<sup>57</sup>. Segundo o instituto, esses indicadores tem como objetivo avaliar o quanto as práticas de responsabilidade social e sustentabilidade tem sido incorporadas à rotina dos negócios, a fim de auxiliar as empresas a definirem políticas e estratégias, mas não se prestam a certificar tais condutas, funcionando apenas para efeito de aferição interna das mesmas (Ethos, 2012).

A responsabilidade social empresarial apresenta-se, pois, como um conjunto de instrumentos e práticas que vem sendo implementados por um número cada vez maior de empresas – por razões diversas e com a utilização de expedientes variados – a fim incorporar melhores padrões (em toda a cadeia produtiva) que produzam uma maior qualidade, seja no ambiente de trabalho, na escolha dos fornecedores ou no resultado final do produto (inclusive para efeitos de descarte). Esses padrões escapam à esfera da obrigação legal e, se utilizados para além do benefício das próprias empresas (o pode se dar por órgãos hetero ou autorreguladores), podem ter uma boa repercussão no que tange à geração de externalidades positivas.

---

<sup>57</sup> O Instituto apresenta várias possibilidades de aferição das ações de RSE, entre as que se dividem por dimensões, como as abaixo elencadas: **1- Dimensão Visão e Estratégia**, onde são estudadas as estratégias de sustentabilidade, propostas de valor e modelo de negócios; **2- Dimensão: Governança e Gestão**, em que preponderam temas como governança organizacional e práticas de operação e gestão (concorrência leal, envolvimento político responsável); **3-Dimensão Social**, com ênfase em Direitos Humanos (onde se avaliam situações de risco e ações afirmativas), práticas de trabalho (desenvolvimento humano, benefícios e treinamento) e questões relativas ao consumidor; **4- Dimensão Ambiental**, onde são avaliadas questões como mudança climática, uso sustentável de recursos e impacto de consumo). Os Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis são elaborados utilizando “questões de profundidade, representados por cinco quadros contíguos que apresentam a evolução de práticas em cada indicador; “questões binárias”, perguntas com respostas ‘sim’ e ‘não’ que orientam a escolha do estágio de implementação das práticas e “questões quantitativas”, numéricas, que servem para apoiar a definição de objetivos para aplicação do próximo ciclo de indicadores” (Ethos, 2012).

