

A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA COMO ATITUDE POSITIVA ORIENTADA PELA LEI

Dra. Sandra Aparecida Lopes Barbon Lewis*

INTRODUÇÃO

Almeja-se demonstrar com o presente artigo que aquilo que as empresas realizam sob o rótulo da “responsabilidade social” nada mais é do que decorrência da lei ou orientação legal. Em razão das modernas legislações que preconizam um tratamento adequado à relação da empresa com o consumidor, com o meio ambiente, com o trabalhador, com o público externo, dentre outros, seja em razão de incentivos, em especial tributários, em alguns casos obriga-se em outros motiva-se a empresa a exercer sua atividade de modo a obter um desempenho consentâneo com a melhoria das condições socioeconômicas e ambientais.

Dado o intuito, conceituar-se-á filantropia, para se afirmar que a mesma não se confunde com responsabilidade social, cotejar-se-á a legislação que autoriza compreendê-la como uma orientação ou decorrência legal e, por fim, invocar-se-á proposição de uma Lei Social, como forte argumento a embasar a tese ora defendida, em especial para desmistificar a ideia segundo a qual a responsabilidade social é ato voluntário das empresas.

A pergunta que se faz neste contexto é: quais são os motivos que ensejam uma atuação socioeconômica e ambientalmente orientada por parte da empresa? Será que a principal motivação advém de uma preocupação das empresas com o social, com o ambiental e o econômico? Ou será que a lei constitui instrumento motivador de uma conduta responsável, na maioria das vezes?

UMA BREVE DEFINIÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

A utilização da expressão “responsabilidade social” virou “moda” nos últimos tempos. Várias são as empresas que se dizem responsáveis sob o ângulo social ou num espectro mais amplo socioeconômico e ambiental.

Para se ter um parâmetro ao desenvolvimento do presente artigo, adota-se a definição conferida pelo Instituto Ethos, na seguinte linha:

Empresa socialmente responsável é aquela que possui capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas

* Doutora e mestre em Direito do Estado pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), advogada especialista em Direito Tributário, Direito do Terceiro Setor e consultora em Responsabilidade Social para Organizações.

dos acionistas ou proprietários, além de pressupor o bom relacionamento da empresa com seus públicos.

A definição acima traz implícita a ideia do que seja um comportamento socialmente orientado por parte da empresa. Estabelecida esta ideia, precisa-se saber se a empresa atua de modo responsável socialmente por mera liberalidade ou voluntariedade (por que simplesmente quer, em razão de sentimentos humanitários), em razão de uma obrigação legal ou estimulada pelos incentivos especialmente fiscais em razão daquela atuação vislumbrados.

RESPONSABILIDADE SOCIAL NÃO É FILANTROPIA

Responsabilidade social não se confunde com filantropia. Fabiane Bessa (2006) defende que a filantropia foge ao objeto da empresa, para se inserir na idéia de humanitarismo e de voluntariedade, sendo perfeito retrato da seguinte conjuntura: “abro meu bolso, minha carteira, se eu quiser” (p. 132).

Ao contrário, a atuação empresarial socialmente orientada dá-se na execução das atividades inerentes ao negócio, ao objeto social da empresa, de forma a obter o melhor desempenho, implicando necessariamente a observância da legislação, de forma a se institucionalizar a ação voltada à observância estrita dos direitos dos consumidores, dos trabalhadores, dos fornecedores, dentre outros *stakeholders* (partes interessadas) que com a empresa se relacionam. Ademais, além de fugir à atividade empresarial, a filantropia vai além da lei. Melhor dizendo: a empresa faz algo a que não está obrigada. Assim, a criação de uma fundação cultural não se enquadra no objeto social descrito no contrato social de uma indústria metalúrgica, não representando esta atitude da empresa, em que pese seus reflexos sociais, responsabilidade social, mas em mera filantropia.

Esse ponto de vista foi reforçado em importante artigo escrito por Michael Porter em dezembro de 2006, no qual critica o equívoco em se entender a responsabilidade social como sinônimo de filantropia, em especial porque ações meramente filantrópicas são incapazes de patrocinar melhorias estratégicas para a empresa. Ricardo Voltolini (2007), no artigo “Porter e a responsabilidade social empresarial”, descreve, brevemente, a tese de Porter: “O resultado é a fragmentação de ações, uma mistura de iniciativas filantrópicas e medidas paliativas que até produzem algum dividendo de relações públicas, mas, isoladas, não geram resultados transformadores nem para as comunidades nem para o êxito empresarial”.

Percebe-se, portanto, que responsabilidade social não é o mesmo que filantropia, consistindo a responsabilidade social no privilégio de ações relacionadas ao objeto social da empresa, que tenham a capacidade de fazer o melhor em termos estratégicos para a empresa e para a sociedade, diante dos reflexos ambientais, culturais, sociais, econômicos e trabalhistas.

RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO ORIENTAÇÃO LEGAL

Como decorrência da função social da propriedade e dos valores que devem ser realizados pela ordem econômica, tais como defesa do consumidor, defesa do meio ambiente, redução das desigualdades sociais e regionais, entre outros, como preconizado pela Constituição Federal de 1988 (CF/88), e, por conseguinte, pelas inúmeras legislações que vem sendo editadas, as empresas passam a ser motivadas e em alguns casos obrigadas a adotarem determinadas atitudes consideradas socioeconômica e ambientalmente responsáveis.

Diante disso, autoriza-se dizer que a responsabilidade social é, sobretudo, uma orientação legal. Conclusão que se coaduna, a propósito, com o espírito dirigente da Constituição Federal de 1988 de concretizar uma sociedade livre, justa e solidária.

Vale dizer, é como se as empresas fulcrassem seus planejamentos estratégicos a partir de ações preconizadas pela legislação, relativas ao envolvimento da empresa com todos os segmentos interessados, quais sejam: consumidores, trabalhadores, fornecedores, governo, ambientalistas, entre outros *stakeholders*. Como assevera Fabiane Bessa (2006),

quando a empresa potencializa os vetores legais atinentes à sua atividade, quando suas opções estratégicas dirigem-se a produzir ou prestar serviço de maneira a trazer melhor desempenho social, ambiental ou adotando práticas econômicas que promovam a concorrência saudável e leal, está-se diante de uma atuação imbuída de responsabilidade social: a lei brasileira não obriga a que a empresa se responsabilize por todo o ciclo de vida do seu produto. Mas, se a própria empresa assume esta responsabilidade, trata-se de uma expressão de responsabilidade social. (BESSA, 2006, p. 141)

Embora a responsabilidade social não componha o objeto social da empresa, é indubitável que é a partir das ações empreendidas para a execução do seu objeto social que a empresa revelar-se-á responsável socioeconômica e ambientalmente ou não. Quer-se com isso dizer, por exemplo, que é responsável a empresa que no trato com o consumidor, figura integrante das atividades praticadas para a concretização do objeto social, obedecerá às normas ditadas para sua proteção, responsabilizando, como no exemplo acima dado, por todo o ciclo de vida do produto.

Diante disso, adotar uma postura socialmente responsável não é exercício de filantropia, beneficência, mas estrita observância à lei naquilo que se refere à atividade desempenhada pela empresa, com o intuito de obter o melhor desempenho possível em termos estratégicos empresariais e reflexos sociais, econômicos e ambientais para os públicos e segmentos com os quais a empresa se relaciona.

No âmbito do ordenamento jurídico brasileiro, verifica-se a existência de normas voltadas a estatuir que é dever das empresas atuar de modo responsável. Em decorrência das diretrizes constitucionais, há toda uma disciplina infraconstitucional, no sentido de orientar a atuação da empresa no contexto da defesa do consumidor, da promoção, defesa e preservação do meio ambiente, da promoção da cultural, entre outros.

Em breve remissão, as principais disposições da Constituição Federal e da legislação infraconstitucional que orientam socioeconômica e ambientalmente a conduta empresarial:

Constituição Federal de 1988: art. 1º da CF/88 – princípios fundamentais da República Federativa do Brasil, dentre os quais se destacam a cidadania, a dignidade da pessoa humana e os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa; **art. 3º da CF/88** – objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, dentre os quais se destacam a construção de uma sociedade livre, justa e solidária, a garantia do desenvolvimento nacional, a erradicação da pobreza e a redução das desigualdades sociais e regionais, a promoção do bem de todos; **art. 5º, XXIII** – a propriedade atenderá à sua função social; **art. 170** – dos princípios gerais da atividade econômica¹; **art. 185, parágrafo único, 186 e 219** – critérios para o atendimento da função social da propriedade e desapropriação ante o não atendimento daquela.

Legislação infraconstitucional: Código Civil; Legislação Ambiental; Norma Brasileira Contábil nº15 de 01/01/2006; Resolução do Conselho Federal de Contabilidade nº1003 de 19/08/2004; Legislação de Deficientes Físicos; Código de Defesa do Consumidor; Consolidação das Leis Trabalhistas.

No âmbito das políticas públicas, exemplos de condutas socioeconômica e ambientalmente orientadas pela Lei: Lei *Rouanet*; Programa Nacional de Apoio à Cultura; Programa de Atividade Audiovisual; Fundos de Direitos da Criança e do Adolescente; Benefícios para o Trabalhador; Doações às Entidades Sem Fins Lucrativos; Imunidade Tributária das Instituições sem Fins Lucrativos; Programas Governamentais de Responsabilidade Social com participação do Setor Privado – Parcerias; Programas Governamentais de Responsabilidade Social com participação do Setor Privado – Parcerias; Projetos Sociais; Incentivos à Pesquisa; Incentivos aos Programas de Educação; Incentivos aos Programas de Meio-Ambiente; Incentivos aos Programas de Assistência Social; Incentivos à Pesquisa Tecnológica; Programas de Inclusão Digital.

A propósito, é em forma de obrigações que a UNCTAD, no documento denominado *Social Responsibility* (2001), contempla a responsabilidade social. Assim, este documento menciona obrigações para com o desenvolvimento, obrigações sociopolíticas, obrigações para com o consumidor, obrigações corporativas, obrigações para com a promoção dos direitos humanos.

A PROPOSIÇÃO DE UMA LEI SOCIAL

A procedência das assertivas acima revela-se a partir da existência das legislações e políticas públicas acima mencionadas, em especial relativamente àquela que orienta à adoção do balanço social.

¹ **Art. 170.** 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, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; 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. Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

Lívio Giosa (2007), convicto da importância da lei como instrumento motivador da responsabilidade social, propõe a confecção de uma lei social, capaz de permitir incentivos fiscais ou isenções em parte de tributos federais, estaduais ou municipais, de ensejar a prestação de contas das empresas, sob a forma do balanço social com o aval de uma auditoria externa, comprovando a aplicação destes recursos e os resultados obtidos. Segundo esse mesmo autor,

Esta seria a verdadeira revolução social do Brasil. Um chamamento coletivo para uma performance inédita no país carente até de boas ações. Milhões de organizações e pessoas interessadas, voluntárias ou obrigadas. Não importa. O que importa é a causa, é o combate à miséria e à pobreza de uma forma ampla, completa e irrestrita. (GIOSA, 2007)

Essa Lei Social, não obstante já se tenha inúmeras leis no Brasil fundamentando a atuação socioeconômica e ambientalmente orientada das empresas, talvez contribuísse para fomentar ainda mais esta atuação e para firmar o entendimento de que a responsabilidade social decorre da lei.

CONCLUSÕES

Diante das breves considerações acima lançadas, pode-se concluir que Responsabilidade Social não deve ser confundida com Filantropia, consistindo esta em ações diversas do objeto da empresa e realizadas além daquilo preconizado pela lei e a responsabilidade social, ao contrário, de atitudes ligadas ao objeto social da empresa e orientadas pela lei.

Responsabilidade Social é uma conduta **orientada pela lei**, resultando numa opção estratégica da empresa, por motivos relacionados a um desempenho empresarial ótimo e com reflexos sociais, seja ainda em razão dos incentivos fiscais decorrentes desta atuação. Assim, a proposta de criação de uma Lei Social reafirmaria o ora defendido, de que a Responsabilidade Social decorre da Lei, bem como contribuiria para fomentar condutas socioeconômicas e ambientalmente orientadas por parte da empresa.

REFERÊNCIAS

BESSA, Fabiane Lopes Bueno Netto. **Responsabilidade Social das Empresas** – Práticas Sociais e Regulação Jurídica. Rio de Janeiro: Lumen Júris, 2006.

GIOSA, Lívio. **Responsabilidade Social**: consciência ou obrigação? Disponível em: <www.liviogiosa.com.br/interna.asp?idTipo=5>. Acesso em 16/12/2015.

VOLTOLINI, Ricardo. Porter e a responsabilidade social empresarial. **Gazeta Mercantil**, sexta-feira, 23 de janeiro de 2007. Disponível em: <<http://www.ideiasustentavel.com.br/2007/01/porter-e-a-responsabilidade-social-empresarial/>>. Acesso em 16/12/2015.