

UFRRJ
UNIDADE ACADÊMICA DE TRÊS RIOS

Responsabilidade Social e Ambiental das Empresas

Vinicius Tavares Torrão

2009



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
UNIDADE ACADÊMICA DE TRÊS RIOS

Responsabilidade Social e Ambiental das Empresas

VINICIUS TAVARES TORRÃO
HERLEI DOS SANTOS DE CARVALHO JUNIOR

Monografia submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel no curso de Ciências Econômicas da UFRRJ, Unidade Acadêmica de Três Rios.

Três Rios, RJ.
Dezembro de 2009

Dedico este trabalho a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para a finalização dessa pesquisa. Principalmente a Deus que sempre esteve presente diante de mais essa fase a qual teve como objetivo a conclusão do Curso de Ciências Econômicas.

A Deus, toda a minha devoção. Eu te agradeço por teres me dado um corpo perfeito e uma mente sã.

A minha esposa Sabrina, que durante todo o curso me deu forças, muito apoio sobretudo compreensão nessa fase tão importante na minha vida. Com certeza, você me ajudou a vencer o cansaço, só tenho a dizer-lhes muito obrigado!.

Ao meu filho Vítor, que nasceu neste ano, que ele tenha muita saúde, pois sua chegada foi de grande importância para minha vida!.

Aos mestres e amigos que encontrei e com os quais formei laços, que jamais se romperão, o meu fraternal abraço de congratulação.

“Se um dia lhe parecer perdido, lembre-se que você nasceu sem nada, e que tudo que conseguiu foi através de esforços, e os esforços nunca se perdem, somente dignificam as pessoas”.

Charles Chaplin

LISTA DE SIGLAS, ABREVIATURA

ADCE - Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas

ANSI - American National Standards Institute

BSI - British Standards Institute

CEATS - Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor

COPLAN - Coordenação de Planejamento e Decanato

DIN - Deutsches Institut für Normung

FIDES - Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social

GIFE - Grupo de Institutos Fundações e Empresas

IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

ISO - International Organization for Standardization

INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia

PNBE - Pensamento Nacional das Bases Empresariais

RSE - Responsabilidade Social de Empresas

UFRRJ - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

SUMÁRIO

Resumo.....	07
I-Introdução.....	08
II-Contexto Histórico.....	12
III-Função Social e Responsabilidade Social.....	19
3.1-Responsabilidades Social e Ambiental das Empresas.....	23
3.2-A Educação como Desenvolvimento Social.....	27
IV-Algumas Leis e Normas Sociais e Ambientais.....	30
V-Conclusão.....	39
VI- Referências Bibliográficas.....	40

RESUMO

O assunto responsabilidade Social e responsabilidade Ambiental não é apenas uma doação que a empresa faz para ficar com a consciência tranquila, mas sim uma colaboração com a sociedade onde está inserida. Uma ação social pode ser feita tanto externamente quanto internamente na empresa, onde a repercussão deste investimento traz um grande retorno à empresa, tanto de seus consumidores como de seus colaboradores. No Brasil e no mundo há muitas empresas preocupadas com a responsabilidade social e ambiental, e por esse motivo desenvolvem muitas atividades com grandes benefícios à sociedade. Segundo analistas do mercado de capitais, a responsabilidade social e ambiental passou a ter uma maior relevância na análise de empresas quando se recomenda um investimento. Da mesma forma, investidores institucionais têm considerado a responsabilidade social e ambiental antes de realizar um investimento. Assim, busca-se, com esse trabalho traçar um histórico e apontar os principais conceitos relacionados à temática da Responsabilidade Social e Ambiental nas Empresas.

I - Introdução

As empresas estão inseridas em um ambiente de incertezas e de muitas pressões das partes interessadas que exigem cada vez mais um desempenho global que promova a eficiência, eficácia, efetividade e economicidade, que tenham suas operações “limpas” e ações transparentes e socialmente responsáveis.

Segundo Oliveira (2005), nos últimos 40 anos foi desenvolvida inúmeras técnicas gerenciais direcionadas às organizações a buscarem garantir sua sobrevivência no mercado e maximizar os seus resultados financeiros. Porém, como gerar competitividade vem dia após dia tornando-se um desafio central para as empresas. Na busca da garantia de espaço no mercado globalizado, na potencialização do seu desenvolvimento, as empresas inteligentes, incansáveis na redefinição de seus valores como forma de adequá-los às necessidades mercadológicas vigentes, desenvolvem um novo comportamento voltado para o seu estabelecimento no mundo competitivo: Responsabilidade Social de Empresas (RSE), esta é a nova forma de “como fazer” adotada pelas empresas modernas.

Essa tendência decorre da maior conscientização do consumidor e consequente procura de produtos e práticas que gerem melhoria para o meio ambiente ou comunidade, valorizando aspectos ligados à cidadania. Além disso, essas profundas transformações mostram-nos que o crescimento econômico só será possível se estiver alicerçado em bases sólidas. Deve haver um desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas por meio de soluções socialmente corretas, ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis (OLIVEIRA, 2005).

A responsabilidade social é um tema que começa a ser discutido amplamente por diversos setores da sociedade, e torna-se relevante na medida em que busca um melhor entendimento do papel do Estado na sociedade atual, e quais objetivos econômicos e sociais devem ser perseguidos pelas empresas. O mercado, por sua vez, tem a marca da

competitividade e, em consequência, também gera a exclusão. Essa exclusão social é uma herança que nos acompanhará muitos séculos e atinge às pessoas que são menos preparadas, por não terem acesso ao conhecimento e à tecnologia, e, na maioria das vezes, por se encontrarem destituídas dos direitos básicos da sobrevivência.

O ambiente que cerca a atividade de negócios define o tipo de comportamento das empresas em relação às ações de responsabilidade social a serem implementadas. Os principais agentes do desenvolvimento econômico de um país são as empresas, onde seus avanços tecnológicos e a grande capacidade de geração de recursos fazem com que cada vez mais precisem de ações cooperativas e integradas onde possam desenvolver processos que tem por objetivo a Gestão Ambiental e a Responsabilidade Social (OLIVEIRA, 2005).

As empresas são socialmente responsáveis e têm uma postura ética onde o respeito da comunidade passa a ser um grande diferencial. O reconhecimento destes fatores pelos consumidores e o apoio de seus colaboradores faz com que se criem vantagens competitivas e, conseqüentemente, atinja maiores níveis de sucesso (GRAJEW, 1999).

Para Grajew (1999), a responsabilidade empresarial frente ao meio ambiente é centrada na análise de como as empresas interagem com o meio em que habitam e praticam suas atividades, dessa forma, uma empresa que possua um modelo de Gestão Ambiental já está correlacionada à responsabilidade social. Tais eventos irão, de certa forma, interagir com as tomadas de decisões da empresa, tendo total importância na estratégia empresarial.

Assim, a Gestão Ambiental e a Responsabilidade Social são atualmente condicionadas pela pressão de regulamentações e pela busca de melhor reputação perante a sociedade. A sociedade atual está reconhecendo a responsabilidade ambiental e social como valor permanente, consideradas fatores de avaliação e indicadores de preferência para investidores e consumidores.

A consciência da Responsabilidade Social pelas empresas são aspectos que fortalecem a imagem positiva das organizações diante dos mercados em que atuam os seus colaboradores, concorrentes e fornecedores (GRAJEW, 1999).

Este trabalho tem como objetivo geral, traçar um histórico e discutir os principais conceitos relacionados à temática da Responsabilidade Social nas Empresas. E tem como objetivo específico, conscientização sobre os conceitos de responsabilidade social, verificar as ações das empresas para com seus funcionários, estudar o planejamento, motivação, treinamento, qualidade de vida, o Direito e a ética na Responsabilidade Social, identificar quais as necessidades existentes das organizações.

A metodologia que será adotada neste trabalho, consistirá em pesquisas bibliográficas, realizadas através de livros textos com publicações recentes e artigos científicos, sites na Internet, jornais e revistas serão consultados e para encontrar uma maneira de sintetizá-los numa obra que tivesse o caráter de objetividade e riqueza de dados, para reflexão, a partir de obras de autores que escrevem sobre o tema. Como métodos de pesquisa foram utilizados o racional, porque neste trabalho está presente um raciocínio ordenado que busque compreender através dos fatos a importância da conscientização da preservação do meio ambiente e a preocupação com a responsabilidade social; o objetivo, porque o estudo a responsabilidade social e ambiental deixou de ser uma opção para as empresas, é uma questão de visão, de estratégia e, muitas vezes, de sobrevivência. O objetivo, porque o estudo está centrado em dados da realidade observada e o monográfico, por consistir no estudo da responsabilidade corporativa mostrando o reflexo sobre as empresas e a sociedade.

O trabalho está organizado em cinco capítulos além desta introdução. No segundo capítulo apresenta-se o histórico da responsabilidade social empresarial, está é uma prática que leva as empresas a comprometer-se a ajudar as comunidades e seus funcionários. Visa definir medidas para compensar os impactos causados pelas constantes transformações

socioeconômicas vinda do capitalismo. Essas atitudes passam a ser de interesse global e suas ações diante desses impactos refletem na sua imagem junto ao mercado. No terceiro capítulo a função social e a responsabilidade social da empresa e, que, atualmente, a empresa não é vista tendo como único objetivo o lucro. Ela passou a ser uma instituição social, que pela sua importância, desenvolvimento e influencia depende toda a humanidade. O quarto capítulo tratará do direito e da responsabilidade social mostrando que as empresas têm a responsabilidade de obedecer às leis, embora possam contestá-las, e o quinto e último capítulo mostrará as conclusões que o estudo permitiu alcançar. A bibliografia completa a estrutura do trabalho.

II - Contexto Histórico

As primeiras manifestações da temática surgiram, no início do século, em trabalhos de Charles Eliot (1906), Arthur Hakley (1907) e John Clarck (1916). No entanto, tais manifestações não receberam apoio, pois foram consideradas de cunho socialista. Foi somente em 1953, nos Estados Unidos, com o livro *Social Responsibilities of the Businessman*, de Howard Bowen, que o tema recebeu atenção e ganhou espaço. Na década de 1970, surgem associações de profissionais interessados em estudar o tema: *American Accouting Association* e *American Institute of Certified Public Accountants*. É a partir daí que a responsabilidade social deixa de ser simples curiosidade e se transforma em um novo campo de estudo.

É muito comum ver empresários e empresas divulgando nos meios de comunicação a participação ou o apoio a projetos sociais, através de doações. No entanto, a questão da responsabilidade social abrange muito mais do que simples doações financeiras ou materiais.

Para Grajew (1999), trata-se “da relação ética, da relação socialmente responsável da empresa em todas as suas ações, em todas as suas políticas, em todas as suas práticas, em todas as suas relações”, sejam elas com o seu público interno ou externo. A doação, muito confundida com a prática socialmente responsável, nada mais é do que uma prática filantrópica.

De acordo com Silva (2001), “filantropia significa amizade do homem para com outro homem”. Já para o senso comum, filantropia designa ajuda e possui um caráter assistencialista. A ação filantrópica trata-se de uma ação social externa à empresa, tendo como beneficiário a comunidade. Além disso, ela acaba se tornando um paliativo para a grave conjuntura social, pois não busca a continuidade das ações e se concentra em ações esporádicas, como por exemplo, a campanha do agasalho no inverno e arrecadação de brinquedos na época do Natal.

Segundo Formentini & Oliveira (2001), no âmbito empresarial, uma ação é considerada de caráter filantrópico quando a empresa faz doações financeiras a instituições, fundações, associações comunitárias etc. É uma ajuda e ela ocorre eventualmente. Já quando se fala em responsabilidade social, a empresa age de forma estratégica, ou seja, são traçadas metas para atender às necessidades sociais, de forma que o lucro da empresa seja garantido, assim como a satisfação do cliente e o bem-estar social. Há um envolvimento, comprometimento e eles são duradouros.

O fenômeno da globalização e os avanços tecnológicos apresentam grandes desafios aos empresários. Desafios estes que dizem respeito à conquista de níveis cada vez maiores de competitividade e produtividade, além da preocupação crescente com a legitimidade social de sua atuação.

Para Formentini & Oliveira (2001):

“O atual ambiente empresarial aponta para dois pontos extremos: o aumento da produtividade, em função das tecnologias e da difusão de novos conhecimentos, que leva as empresas a investirem mais em novos processos de gestão, buscando a competitividade. Ao mesmo tempo temos um aumento nas disparidades e desigualdades da nossa sociedade que obrigam a repensar os sistemas econômicos, sociais e ambientais” (p.34).

O que adianta ser a primeira empresa no *ranking* do seu negócio, deter as melhores máquinas e tecnologia e não poder contar com uma sociedade que compartilhe das mesmas perspectivas? Tanto o seu sucesso quanto o seu fracasso estão intrinsecamente ligados ao desempenho das pessoas, tornando a empresa corresponsável e uma agente de transformação social.

Durante muito tempo, as empresas foram pressionadas a se preocupar somente com a qualidade dos produtos, com o preço competitivo e a maximização do lucro. Nos tempos atuais, uma nova visão do mundo organizacional alerta para questões como a subjetividade, a ética, a transparência, a diversidade de aspectos socioculturais, econômicos e um maior respeito e garantia aos direitos humanos, como sendo indispensáveis na atuação responsável.

A Responsabilidade Social surge como uma atividade que não está dissociada do negócio da empresa. É uma nova forma de gestão empresarial. Gestão esta, que, Grajew (1999), envolve como uma atitude estratégica focada na ética, na qualidade das relações com os *stakeholders* e na geração de valor. Como consequência assegura-se a “valorização da imagem institucional e da marca, maior lealdade de todos os públicos, principalmente dos consumidores, maior capacidade de recrutar e reter talentos, flexibilidade e capacidade de adaptação e longevidade”.

A Responsabilidade Social surge como resgate da função social da empresa, cujo objetivo principal é promover o desenvolvimento humano sustentável, que atualmente, transcende o aspecto ambiental e se estende por outras áreas (social, cultural, econômica, política), e tentar superar a distância entre o social e o econômico, obrigando as empresas a repensarem seu papel e a forma de conduzir seus negócios. No cenário atual, a concepção que se tem é de que a responsabilidade empresarial está muito além de manter o lucro de seus acionistas e dirigentes. Ela passou a ser responsável pelo desenvolvimento da sociedade onde está inserida, adotando ações que influenciem o bem-estar comum.

O conceito de responsabilidade social empresarial foi lançado no Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável em 1998, na Holanda. Silva (2001) descreve este conceito como:

“O comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo” (p.55).

O movimento de responsabilidade social no Brasil surgiu tendo como base uma série de iniciativas de movimentos empresariais. No início da década de 1960, um grupo de empresários fundou na cidade de São Paulo a Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) que através dos ensinamentos cristãos tinha como objetivo estudar as atividades econômicas e sociais do meio empresarial (SILVA, 2001).

“As empresas atualmente estão assumindo funções sociais através de princípios como: respeito ético, funções sociais, serviço à comunidade, lucro como remuneração, exigências legais, contribuição efetiva, respeito aos colaboradores, produtividade para todos, condições motivadoras e abertura ao diálogo” (SARAIVA 2002, p.29).

Segundo Saraiva (2002), nas décadas seguintes, de 1970 e 1980, outros movimentos surgiram: a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), criada com base no ADCE e de caráter educativo; a criação do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) da qual participou o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho. O IBASE surgiu com a proposta inicial de democratizar a informação, mas acabou indo além e contribuiu para a mobilização da sociedade e das empresas em torno de campanhas como a Ação da Cidadania contra a Miséria e pela Vida, em 1993. Esta campanha recebeu o apoio do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE) e foi o marco da aproximação dos empresários com as questões sociais. Outras iniciativas importantes fortaleceram ainda mais o movimento: Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE), fundado em 1995, foi o primeiro instituto a transformar o interesse empresarial em investimento social privado. Em 1997, Betinho lançou um modelo de balanço social e junto com a Gazeta Mercantil criou o selo do Balanço Social com o intuito de estimular as empresas a divulgarem suas ações sociais.

Todos esses fatos foram importantíssimos para o crescimento do movimento de responsabilidade social no Brasil, mas foi com a criação, em 1998, do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social que o movimento ganhou outro perfil, semelhante ao já existente no exterior, baseado na ética, na cidadania, na transparência e na qualidade das relações da empresa. Criado com a finalidade de promover a responsabilidade social empresarial, ajudando as empresas a incorporarem o conceito, programarem políticas e práticas voltadas para seus negócios e atuarem em parceria com a comunidade na qual estão inseridas. Para isso, o Instituto trabalha com três linhas de atuação:

1) mobilizando o setor privado, com eventos, cursos, palestras e uma conferência anual para discutir o tema da responsabilidade social no Brasil e no mundo;

2) mobilizando a sociedade através da imprensa (Prêmio Ethos Jornalismo – que premia matérias realizadas segundo o conceito de responsabilidade social), instituições de ensino (Prêmio Ethos Valor – que premia trabalhos acadêmicos sobre o tema de responsabilidade social);

3) produzindo informação, ou seja, coletando e divulgando dados e casos desenvolvidos nas empresas. Além disso, para conferir e garantir a prática das atividades empresariais lançou em junho de 2000 a primeira versão dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Um instrumento de avaliação e planejamento para as empresas que buscam a sustentabilidade de seus negócios (SARAIVA 2002).

O movimento encontra-se em estágio avançado no Brasil. De acordo com Silva (2001), em 1999, sessenta e oito empresas publicaram seu Balanço Social, a Coordenação de Planejamento e Decanato (COPLAN) na pessoa do Professor Dr. Maxwell Ribeiro Moreira, no ano de 2002, elaborou o Relatório Social da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), que ao ser publicado e divulgado pelo Reitor José Antônio de Souza Veiga, constituiu-se, até onde se tem notícias, na primeira instituição do gênero a elaborar e divulgar o seu relatório social, e neste mesmo ano foi fundado o Instituto Coca-Cola®, similar ao já existente nos Estados Unidos desde 1984, voltados para a educação.

A criação e propagação de institutos e fundações no cenário empresarial são outros reflexos da disseminação do movimento de responsabilidade social no Brasil. Assim como a Coca-Cola®, outras empresas também fundaram seu próprio instituto e/ou fundação.

No início, as fundações e institutos ligados ao setor privado foram recebidos com desconfiança. Suas atividades eram voltadas para o marketing corporativo e em função disso, em um primeiro momento, não avaliava bem o destino de seus recursos financeiros, o que

acarretou a participação em projetos nem sempre efetivos no que se refere a sua proposta social. Esta atitude contribuiu para um desgaste dos recursos em ações que visavam somente à autopromoção. Com tudo isso, as empresas resolveram realizar seus próprios projetos e programas sociais através de fundações e/ou institutos mantidos e criados por elas. Por usar mecanismos de gestão semelhantes aos utilizados pelas empresas e adaptados a sua realidade de instituição sem fins lucrativos, estes órgãos têm demonstrado capacidade de gerir as ações projetadas ou já consolidadas pelas suas empresas mantenedoras. Além disso, as ações sociais desses órgãos não se misturam com o objetivo empresarial, que é o lucro, garantindo assim, a efetividade dos projetos.

Silva (2001), citando uma pesquisa realizada pelo Programa do Voluntário do Conselho da Comunidade Solidária, Centro de Integração Empresa-Escola e Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor (CEATS), aponta que atualmente a maior forma de investimento na área social pelas empresas nacionais e internacionais é as doações através de dinheiro, material ou equipamentos. Além disso, os três setores preferidos para o destino dessa verba são: educação, cultura e ecologia. Como vantagem destaca-se não só a valorização da imagem institucional e maior competitividade no mercado, como já foram dito, mas também a possibilidade de usufruírem incentivos fiscais de 2% sobre o lucro operacional.

A responsabilidade social vem se mostrando um fator decisivo para o desenvolvimento e crescimento das empresas. Cresce a conscientização, por parte da sociedade, do papel imprescindível que as grandes organizações têm frente às questões sociais, assim como a cobrança por uma atuação responsável e uma postura que explicita a preocupação com tais questões. Hoje o consumidor prefere produtos de empresas que não têm envolvimento em corrupção, que são transparentes nos seus negócios, que respeitam o meio ambiente e a comunidade. Além disso, os profissionais mais qualificados preferem trabalhar em empresas que valorizem a qualidade de vida de seus funcionários e respeitem seus

direitos. A enorme desigualdade social do país ressalta ainda mais o tema, fazendo com que a responsabilidade social surja como uma nova forma de pensar o social, transformando as empresas em agentes de uma nova cultura e unindo diferentes atores sociais em torno de uma única questão, o bem-estar social.

III - Função Social e a Responsabilidade Social

Na acepção jurídica, tem-se função como sendo “dever de agir, atribuído ou conferido por lei a uma pessoa, ou a várias, a fim de assegurar a vida da administração pública ou o preenchimento de sua missão, segundo os princípios instituídos pela própria lei”. (SILVA, 2001, p. 372). E o termo social como “pertencente à sociedade humana considerada como entidade dividida em classes graduadas, segundo a posição na escala convencional: Posição social, condição social, classe social”. (MICHAELIS, 1998, p. 1961).

Juntando as duas palavras, seria definir um objetivo a ser alcançado em benefício da sociedade.

”O conceito de função teria sido formulado pela primeira vez por São Tomás de Aquino, quando afirmou que os bens apropriados individualmente teriam um destino comum, que o homem deveria respeitar” (TOMASEVICIUS FILHO, 2003, p. 34).

Para ele, a função social de um instituto jurídico seria o mesmo da função econômica, logo, uma propriedade improdutiva teria uma função social de especulação imobiliária ou de reserva de valor. Nas empresas, bastariam estarem funcionando para atenderem a sua função social.

Para Duguit (1975, p. 179), mais que a convivência, necessária se faz que esta seja solidária, haja vista a inexistência de autossuficiência entre os seres humanos, ensejando a interdependência na dinâmica dos fatos sociais. Com isso, todo ser humano teria uma função social a desempenhar, responsabilidade esta estendida intensivamente aos detentores dos modos de produção.

Essa concepção denota a exacerbada necessidade de um benefício social, em detrimento ao direito individual, como o direito de propriedade, acabando com o direito de uso e gozo de qualquer bem, fosse este de produção ou consumo.

Já, Comparato (1986) definiu a função social como o poder-dever de vincular a coisa a um objetivo determinado pelo interesse coletivo. Somente, os bens de produção cumpririam

uma função social, entendido como os empregados nas atividades produtivas. Os bens de consumo, aqueles destinados ao uso pessoal, não teriam essa destinação.

Para Tomasevicius Filho, a função social:

“(…) significa o exercício de um direito subjetivo, de tal modo que se atenda ao interesse público, não apenas no sentido de não impor restrições ao exercício desse direito, mas também no sentido de acarretar uma vantagem positiva e concreta para a sociedade. Dessa forma, entende-se a ideia de que a propriedade obriga ou que há um poder-dever de o indivíduo atender ao interesse público no exercício de seu direito subjetivo” (2003, p. 39).

Para ele, o titular de um direito é também obrigado a cumprir com determinados deveres em relação a terceiros. Logo, a função social não tira a liberdade do indivíduo de agir de acordo com os próprios interesses, mas terá deveres com a sociedade, determinados pelos princípios e normas jurídicas, positivadas ou não. Diante do exposto, a sociedade só poderá exigir das empresas a função social das atividades que constituem objeto dela, ou seja, ligado a sua atividade econômica exercida. Não é possível exigir, com fundamento na função social, deveres para os quais as empresas não foram criadas, porque senão só teria deveres e não direitos. Para ter a função social mais efetiva, surgiu para o Estado a necessidade de estabelecer normas para direcionar as pessoas a praticarem seus atos pensando também no interesse da sociedade.

“(…) necessidade regulatória aumenta porque, deixando o estado de ser ele próprio provedor dos bens ou serviços de relevância social, tem ele que passar a exercer algum tipo de controle sobre essa atividade, sob pena de estar descurando de controlar a produção de uma utilidade dotada de essencialidade e relevância” (ARNOLDO & MICHELAN 2000, p. 73-75).

A função social surge da necessidade do Estado moderno de limitar o individualismo, frente à exigência social de garantir o interesse da coletividade que não é satisfeita dentro do Estado liberal atual. A liberdade não pode contrastar com a utilidade social em temas como segurança, dignidade humana, devendo prevalecer os interesses coletivos como à educação, à saúde, os transportes, à tutela ambiental, entre outras.

A partir desses conceitos, tem-se o entendimento contemporâneo da função social da empresa, devendo firmar-se em equilíbrio ao direito da propriedade e a efetivação do fim social da atividade econômica; igualmente, respeitando os preceitos legais e princípio lógico, proporcionando benefícios individuais e coletivos.

“Foi no EUA que se originou debate acerca da noção de responsabilidade social da empresa. O estopim foi a guerra do Vietnã, com contestação da sociedade às políticas que vinham sendo adotadas pelo país como pelas empresas, especialmente aquelas diretamente envolvidas na fabricação de armamentos de guerra. E foi em decorrência desse movimento social que surgiram os primeiros relatórios socioeconômicos que procuraram descrever as relações sociais da empresa. Tais relatórios, também chamados Balanços Sociais, apresentam-se como uma alternativa de ligação entre a empresa, seus funcionários e a comunidade. Por meio desse instrumento de gestão e informação que evidencia plenamente as informações econômicas, financeiras e sociais do desempenho das entidades, propiciasse uma visão completa da participação e contribuição social e econômica da empresa em seu ambiente de atuação” (ARNOLDO & MICHELAN, 2000, p. 89).

A função social não precisa estar positivada para fazer com que a empresa atue de acordo com o bem comum. Estando prevista em lei, facilita a sua observância e exigência por parte da sociedade e Estado. Para a empresa é atribuído o exercício de uma função social, que atende não só interesses dos sócios, mas também da coletividade, atrelando a noção de função social à atividade econômica em face de sua importância.

“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).

Para Tomasevicius Filho:

“A função social da empresa constitui o poder-dever de o empresário e os administradores da empresa harmonizar as atividades da empresa, segundo o interesse da sociedade, mediante a obediência de determinados deveres, positivos e negativos” (2003, p. 40).

Mas a função social não pode ignorar a função primeira da empresa que é o lucro. Não pode ser esta anulada, a pretexto de cumprir uma atividade assistencial, filantrópica, por exemplo. A empresa tem uma função social, mas não uma função de assistência social. Primeiro, portanto, tem de reconhecer a função específica da empresa, para, depois, pensar em limitar essa necessária função. A função social jamais poderá ocupar a função econômica da empresa. Empresa sem lucro não sobrevive, deixa de funcionar.

Considerando a função econômica da empresa, como fonte geradora de riquezas, impostos, emprego e lucro, não são certos dizer que, só por funcionar a empresa cumpri sua função social. No Brasil, encontram-se nos arts. 7 e 170 da Constituição Federal, o conteúdo positivado da função social. Mas o conteúdo da função social não se esgota na Constituição e em leis ordinárias. Quando não estão positivadas, terá que verificar o caso concreto para ter certeza que as decisões da empresa foram no exercício justo da atividade empresarial.

Diante do exposto, nota-se que, independentemente do tamanho da atividade econômica, todas as empresas podem realizar função social, mas, é claro, que na pequena empresa os benefícios que ela gerou terá menor reflexo na sociedade. Importante salientar que essas novas atribuições à empresa não elimina do Estado a sua destinação de dirigir a nação ao bem estar e a justiça social. Este não se exime de sua função por estar à empresa colaborando com a mesma finalidade.

Seguindo o entendimento que a função social somente está ligada ao objeto da empresa surge o termo responsabilidade social. “A responsabilidade social das empresas consiste na integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na interação com a comunidade (TOMASEVICIUS FILHO, 2003, p. 46).”

O empresário voluntariamente decide a contribuir com objetos distintos de seu âmbito de atividades para fazer uma sociedade mais justa, contribuindo para o desenvolvimento

social, ambiental do país. Ela abrange todas as atividades não ligadas ao objeto social, mas que gera benefícios para a comunidade, tanto a comunidade interna da empresa, que são aqueles que trabalham na empresa, como investimento em higiene, cursos de atualização, quanto à externa, que seriam as demais pessoas da sociedade, como patrocínio a eventos culturais.

Ela surgiu pelo descumprimento por parte do Estado de seus deveres com a sociedade. Cabendo ao empresário esse encargo, seja porque o Estado edita leis o obrigando ou ele sentido a necessidade de acobertar a população vem e ajuda. Para obter vantagens diante dessas novas atribuições, as empresas as divulgam na sociedade, fazendo grandes anúncios, para obter um maior número de consumidores e esses, por consequência, entendem que consumindo os produtos dessas empresas estão também ajudando a sociedade.

Através desses atos, as empresas ainda conseguem obter benefícios fiscais, ou seja, ao invés de pagar os impostos, elas investem na comunidade o capital que seria do Estado. Mas, esse direcionamento dos tributos não pode ser considerado como responsabilidade social porque a empresa está investindo na sociedade um dinheiro que não é dela e sim do Estado.

3.1 - Responsabilidades Social e Ambiental das Empresas

No atual contexto econômico, com vistas mais ao social que à obtenção do lucro, igualmente com as mudanças dos paradigmas da sociedade e o aumento da preocupação das pessoas com o bem estar pessoal e da coletividade, as empresas tem o desafio de estarem atentas e prontas para acompanharem e até se anteciparem às mudanças sociais e produzirem diferenciais que as garantam uma vantagem competitiva e sustentável em longo prazo.

Segundo Sá (1999), algumas pensam em buscar qualidade, outras já buscam antecipar o futuro e apresentarem produtos diferenciados, mas, diferenciais como gestão ambiental, produzir sem agredir o ambiente, respeitar a coletividade e os consumidores e terem

responsabilidades sociais tornam-se os verdadeiros diferenciadores no mercado, diante da relevância de assuntos como consciência e cidadania.

Para Mueller (2003), a Responsabilidade Social em uma corporação representa o compromisso contínuo da empresa com seu comportamento ético e com o desenvolvimento econômico, promovendo ao mesmo tempo a melhoria da qualidade de vida de sua força de trabalho e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo, sendo hoje um fator tão importante para as empresas como a qualidade do produto ou do serviço, a competitividade nos preços, marca comercialmente forte etc. Estudos mostram que atualmente mais de 70% dos consumidores preferem marcas e produtos envolvidos em algum tipo de ação social.

De acordo com Sá (1999), a Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e corresponsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, 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 dos acionistas ou proprietários.

A atuação baseada em princípios éticos elevados e a busca de qualidade nas relações são manifestações da responsabilidade social empresarial. Numa época em que os negócios não podem mais se dar em segredo absoluto, à transparência passou a ser a alma do negócio: tornou-se um fator de legitimidade social e um importante atributo positivo para a imagem pública e reputação das empresas. Empresas socialmente responsável estão mais bem preparadas para assegurar a sustentabilidade em longo prazo dos negócios, por estarem sincronizadas com as novas dinâmicas que afetam a sociedade e o mundo empresarial.

Segundo Sá (1999), as enormes carências e desigualdades sociais existentes em nosso país dão à responsabilidade social empresarial relevância ainda maior. A sociedade brasileira espera que as empresas cumpram um novo papel no processo de desenvolvimento: sejam agentes de uma nova cultura, sejam atores de mudança social, sejam construtores de uma sociedade melhor. A empresa é sócio-ambientalmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagarem impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa, agregando valor à imagem da empresa.

Para ele as transformações socioeconômicas dos últimos 20 anos têm afetado profundamente o comportamento de empresas até então acostumadas à pura e exclusiva maximização do lucro. Se por um lado o setor privado tem cada vez mais lugar de destaque na criação de riqueza; por outro lado, é bem sabido que com grande poder, vem grande responsabilidade. Em função da capacidade criativa já existente, e dos recursos financeiros e humanos já disponíveis, empresas têm uma intrínseca responsabilidade social e ambiental.

A responsabilidade social e ambiental nos negócios é um conceito que se aplica a toda a cadeia produtiva. Não somente o produto final deve ser avaliado por fatores ambientais ou sociais, mas o conceito é de interesse comum e, portanto, deve ser difundido ao longo de todo e qualquer processo produtivo. Assim como consumidores, empresas também são responsáveis por seus fornecedores e devem fazer valer seus códigos de ética aos produtos e serviços usados ao longo de seus processos produtivos (SÁ, 1999).

Responsabilidade social anda de mãos dadas com o conceito de desenvolvimento sustentável. Uma atitude responsável em relação ao ambiente e à sociedade, não só garante a não escassez de recursos, mas também amplia o conceito a uma escala mais ampla. O desenvolvimento sustentável não só se refere ao ambiente, mas por via do fortalecimento de

parcerias duráveis, promove a imagem da empresa como um todo e por fim leva ao crescimento orientado. Uma postura sustentável é por natureza preventiva e possibilitam a prevenção de riscos futuros, como impactos ambientais ou processos judiciais (SÁ, 1999).

Responsabilidade social hoje pode ser a diferença entre sobreviver no mercado ou não. É, portanto, conceito estratégico e quem não estiverem atentos a esse diferencial, vai deixar o convívio social e, conseqüentemente, sairá do mercado. Empresas que investem no social e seguem a tendência tanto mercadológica quanto legal, estão modificando seus próprios conceitos, pois melhoram a qualidade de vida de seus funcionários, da coletividade e, em reflexo, tem maior produtividade e aceitação social. A responsabilidade social exige da empresa uma gestão efetiva da sua força de trabalho, do ambiente de trabalho, da qualidade de vida da sociedade e dos trabalhadores (SÁ, 1999).

Para Lelis (2001), o uso da responsabilidade social é a forma de se obter benefícios, mas ao mesmo tempo, é uma oportunidade de agir de acordo com os ditames constitucionais, recebendo as benesses e garantias estatais e ainda promover o bem estar da sociedade e agregar valor à empresa, melhorando assim, a vida da coletividade, da empresa e sua imagem no mercado, o que trata, com certeza, maior desenvolvimento econômico.

A globalização traz consigo demandas por transparência. Não mais nos bastam os livros contábeis. Empresas são gradualmente obrigadas a divulgar seu desempenho social e ambiental, os impactos de suas atividades e as medidas tomadas para prevenção ou compensação de acidentes. Nesse sentido, empresas serão obrigadas a publicar relatórios anuais, onde sua performance é aferida nas mais diferentes modalidades possíveis. Muitas empresas já o fazem em caráter voluntário, mas muitos preveem que relatórios socioambientais serão compulsórios num futuro próximo (LELIS, 2001).

3.2 - A Educação como Desenvolvimento Social

A inserção do desenvolvimento social nas decisões e ações estratégicas das empresas é hoje um dos maiores desafios das organizações de todos os portes em todo o mundo. As transformações das relações pessoais, profissionais, sociais e ambientais nos últimos anos mudam o eixo da visão política pública, que deixa de ser somente governamental e de caráter puramente assistencialista e passa a ser aberta, participante, envolvendo diversos agentes (públicos e privados), tendo como grande desafio estimular e incorporar a responsabilidade social de forma sistemática na gestão empresarial.

Para Souza (1996), a responsabilidade social pode se traduzir em ações internas das empresas em relação a seus colaboradores ou extrapolar seus muros, atingindo a comunidade que a cerca, ou, numa perspectiva mais ampla, atender a determinados segmentos da sociedade. Nesse último caso, no passado eram comuns as ações meramente filantrópicas que procuravam lidar com situações individuais de carência e iniciativas de cooperação com entidades específicas, acentuando o caráter assistencialista.

A grande novidade nas ações de responsabilidade social das empresas, no entanto, são as iniciativas para melhorar a qualidade dos serviços públicos e das políticas governamentais, atuando em parceria com os governos. Parte-se da constatação de que o poder público é capaz de cuidar do acesso aos serviços sociais, mas tem dificuldade para promover a melhoria da sua qualidade. Por outro lado, a grande maioria das empresas que hoje desenvolvem ações de responsabilidade social concentra seus esforços na área da educação. As ações do setor privado nesses casos podem incluir a instituição de prêmios para melhores práticas, à difusão de experiências que tiveram êxito na educação ou o desenvolvimento de programas especiais de leitura, de treinamento de professores ou de diretores de escolas na gestão para o sucesso escolar (SOUZA, 1996).

Dessa maneira, é possível ter uma influência geral no conjunto dos sistemas públicos de ensino, deixando de estar limitado a uma escola ou a um grupo de escolas. Os resultados concretos de muitas dessas experiências de parceria do setor privado com o setor público para melhorar a educação nos países latinos americanos são muito expressivos e assinalam um possível caminho para a efetividade nas ações de responsabilidade social das empresas (SOUZA, 1996).

A responsabilidade social pode ser entendida como uma guardiã da consciência da sociedade e um agente decisório de seus problemas exigindo simplesmente que assuma responsabilidade pelos problemas sociais, por questões sociais, por metas políticas e sociais. O destaque é sobre o que as empresas podem ou devem fazer para conseguirem compreender o sentido da fala de Paulo Freire, ao afirmar que, se a educação sozinha não transforma a sociedade, sem ela tampouco a sociedade muda, e resolveram investir em programas que proporcionam melhorias significativas nos sistemas educacionais públicos.

É uma exigência cada vez mais presente a adoção de padrões de conduta ética que valorizem o ser humano, a sociedade e o meio ambiente. Relações de qualidade constroem-se a partir de valores e condutas capazes de satisfazer necessidades e interesses dos parceiros, gerando valor para todos. Empresas socialmente responsáveis estão mais bem preparadas para assegurar a sustentabilidade em longo prazo dos negócios, por estarem sincronizadas com as novas dinâmicas que afetam a sociedade e o mundo empresarial. O necessário envolvimento de toda a organização na prática da responsabilidade social gera sinergias, precisamente com os públicos dos quais ela tanto depende, que fortalecem seu desempenho global (DRUCKER, 1997).

As empresas têm que ser vista pela sociedade como uma organização que não visa somente o lucro e suas obrigações legais, mas sim com a preocupação em ser uma facilitadora de uma geração onde optam por programas de desenvolvimento do seu capital humano,

treinando e capacitando para cargos ocupados permitindo que além desses atributos proporcionados, ela sobreponha seus benefícios com a educação continuada. Muitas empresas que buscam reter talentos em seu quadro de colaboradores agregam dentro da instituição salas de aulas, ou incentivam os seus colaboradores, oferecendo auxílios como Bolsa Escola, com o objetivo de que seus colaboradores tenham uma melhor qualificação.

IV – Algumas Leis e Normas Sociais e Ambientais

Cumprir a Lei é uma questão imprescindível, porque para que a responsabilidade social seja para fora, ou seja, em prol da comunidade, é necessário que as empresas também venham à cumprir com as normas de melhoria de qualidade de vida dos funcionários, cumprir com as obrigações trabalhistas, para que assim possa ter uma atuação sob as melhorias da população e a comunidade em geral (MELO, 1999).

As empresas têm a responsabilidade de obedecer às leis, embora possam contestá-las e recusar. Têm a responsabilidade organizacional e administrativa de acatar a padrões aceitáveis para manter e desenvolver relações com os outros atores sociais. Sabemos também que a forma mais comum de avaliar a participação das empresas é através da lei. É por isso que, vários estudiosos do tema limitam suas análises ao espaço do Direito, à obrigação de responder perante a lei.

Para Melo (1999), as normais legais que regulam a atividade empresarial não vêm para cercear, nem para estimular as empresas a se contentarem com o mínimo de desempenho social, mas para sinalizar e incentivar, impedindo que os impactos negativos provocados por aquelas empresas se propaguem. A responsabilidade jurídica, civil ou penal diferencia-se da responsabilidade ética por ser, necessariamente, posterior ao dano, é reativa. Ninguém pode ser punido legalmente, podemos dizer isso em princípio. O que as leis obrigam é que as pessoas e as empresas reparem o dano que poderá a vir fazer. O direito atua preventivamente, pela dissuasão. A responsabilidade social, ao contrário, tem a ver com o respeito, com a prevenção.

Não existe uma Lei para que se determine que uma empresa contribua com projetos e ações sociais, há apenas obrigações que a Empresa tem para com os seus funcionários, como; vale alimentação, cestas básicas e etc., mas que de alguma forma contribua para o desenvolvimento dos mesmos. A elaboração de uma Lei, não é uma mera contraposição à Lei

de Responsabilidade Fiscal ou a sua adequação. Não se trata, portanto, da busca de um equilíbrio político ou desenvolvimento social. Trata-se de uma elaboração estratégica que procura esboçar um projeto geral de controle social sobre o Estado Brasileiro a partir da sociedade civil.

Segundo Melo (1999), a adoção de critérios mínimos de responsabilidade social empresarial como instrumento do comportamento das empresas favorece a expansão e o aprofundamento das práticas de Responsabilidade Social, ao mesmo tempo em que as preserva como fator diferencial de competitividade no mercado.

No entanto, somente em 2004 é que o Conselho Federal de Contabilidade (CFC), levando em consideração os padrões adotados pela ONG, criou a Norma Brasileira de Contabilidade Técnica (NBCT 15) – Informações de Natureza Social e Ambiental, aprovada em 2004 pela Resolução CFC nº 1.003/04. A Norma entrou em vigor em 1º de janeiro deste ano. Apesar da normatização, a elaboração e a divulgação das informações não são obrigatórias, mas, caso a empresa ou a entidade queira fazê-las, deve obedecer aos padrões técnicos da NBCT 15, entre os quais estão: a obrigatoriedade da assinatura no balanço de um contabilista responsável.

As informações de natureza social e ambiental, segundo a NBCT 15, são:

- a geração e a distribuição de riqueza;
- os recursos humanos;
- a interação da entidade com o ambiente externo;
- a interação com o meio ambiente.

Conforme a NBCT 15 (CFC, 2004, p.7), as informações a serem divulgadas na interação com o meio ambiente são:

- investimentos e gastos com manutenção nos processos operacionais para a melhoria do meio ambiente;

- investimentos e gastos com a preservação e/ou recuperação de ambientes degradados;
- investimentos e gastos com a educação ambiental para empregados, terceirizados, autônomos e administradores da entidade;
- investimentos e gastos com educação ambiental para a comunidade;
- investimentos e gastos com outros projetos ambientais;
- quantidade de processos ambientais, administrativos e judiciais movidos contra a entidade;
- valor das multas e das indenizações relativas à matéria ambiental, determinadas administrativa e/ou judicialmente;
- passivos e contingências ambientais.

Nas suas disposições finais, é destacado que a empresa poderá acrescentar e detalhar outras informações ao seu critério e que as informações contábeis contidas nessa demonstração são de responsabilidade técnica do contabilista, e as informações não-contábeis podem ser compartilhadas com outros especialistas.

A Constituição Federal de 1988 revelou a importância que a sociedade, Estado e os instrumentos jurídicos devem ter quando se está diante de um bem jurídico ambiental. Segundo Celso Antonio Paduco Fiorillo e Marcelo Abelha Rodrigues, esta preocupação está evidenciada, pois, os constituintes partiram da seguinte premissa, proteger o meio ambiente, em última análise, significa proteger a própria preservação da espécie humana (FIORILLO & RODRIGUES, 1999, p.73).

Preliminarmente, cabe salientar que apenas em 1960, o Brasil começou realmente a se preocupar com os problemas ambientais, porém, o primeiro grande passo para a proteção ambiental ocorreu em 1970, quando o país participou da 1ª grande conferência sobre o meio ambiente, realizada em Estocolmo em 1972. Nesta década, teve início a atuação mais incisiva da relação do Estado e da sociedade, para buscar uma racionalização da exploração ambiental, pois, foi justamente nesta fase que o Governo brasileiro incentivou o crescimento industrial visando ocupar espaço no cenário internacional, entre os países desenvolvidos. Exemplo claro

disso foi à imigração para a Amazônia, com o fulcro de ocupação e exploração dos recursos naturais. Ademais, nesta década ocorreu a instalação de indústrias poluentes no país. Assim, o próprio Estado, a sociedade – movimentos ambientalistas, ao contrario senso, iniciou, juntamente com ambientalista. Buscava-se uma conscientização publica para a preservação ambiental. Na década de 80, influenciado pela criação de um direito ambiental internacional, o Brasil promulgou Leis de extrema importância para a tutela do Meio Ambiente. Uma delas é a Lei nº 6.938/81, que até hoje compõe o nosso Ordenamento Jurídico, que trata, entre outras situações, da responsabilidade civil por ato lesivo ao meio ambiente, criando instrumentos de preservação do dano. Nesta fase, o Estado Brasileiro já contava com Organizações não governamentais, instituições científicas, engajados não só na fiscalização do meio ambiente, como em buscar alternativas para a adequada exploração dos recursos ambientais (ANTUNES, 2004).

Pressões sociais e econômicas internas e externas, na década de 80, culminaram na Promulgação, em 05 de outubro de 1988, da Carta Magna, que tratou o tema com extrema relevância.

A partir da década de 80, as disposições legais referentes à proteção ambiental apresentaram maior fôlego, culminando na Constituição Federal de 1988, que dedicou um capítulo inteiro ao tema. A Lei nº 6.803, de 1980, veio normatizar o zoneamento industrial nas áreas críticas de poluição. Em 1981, podemos destacar a Lei nº 6.902, que cria áreas de proteção ambiental e as estações ecológicas, além do advento da Lei nº 6.938, que disciplinou e instituiu a Política Nacional do Meio Ambiente, adotando princípios e regras estabelecidas pela Carta resultante da Conferência das Nações Unidas de Estocolmo, em 1972 (MEDEIROS, 2004, p.60).

Portanto, a constitucionalização da proteção ambiental no Brasil é muito recente e embrionária, se levarmos em conta os 500 anos da história. Verifica-se que, são somente 21 anos de proteção prevista na Lei maior. A Constituição Federal de 1988 dispensou um Capítulo inteiro à proteção do meio ambiente, o capítulo VI do Título VIII, com o artigo 225, seus parágrafos e incisos.

Salienta-se que os preceitos relativos ao meio ambiente não estão adstritos ao artigo 225, supra referido, mas também, a outros, como a norma referente ao artigo 170, a qual descreve que a ordem econômica brasileira, e, seu desenvolvimento, deve, necessariamente, respeitar o meio ambiente, senão vejamos:

-Artigo 170, caput: 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, observando os seguintes princípios:

-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. (BRASIL, 2004).

O preceito acima apontado teve sua redação dada pela emenda constitucional nº 42, de 19/12/2003, porém, antes desta EC, já havia a previsão neste mesmo inciso, o qual revelava a preocupação de ter como um dos princípios gerais da atividade econômica à defesa do meio ambiente.

A necessidade de assegurar a base natural da vida (natureza) coloca novos matizes na política econômica. É, na verdade, o grande desafio das políticas econômicas. A obviedade da necessidade de uma relação sustentável entre o desenvolvimento industrial e o meio ambiente é exatamente a mesma da irreversibilidade da dependência da sociedade moderna dos seus avanços técnicos e industriais. Assim, qualquer política econômica deve zelar por um desenvolvimento da atividade econômica e de todo seu instrumental tecnológico ajustado com a conservação dos recursos naturais e com uma melhora efetiva da qualidade de vida da população. (MACHADO, 2004, p. 239).

O princípio contido no inciso IV, do artigo 170 da carta magna, revela a necessidade de haver um desenvolvimento econômico compatível com o meio ambiente, mantendo-o ecologicamente equilibrado, gerando, dessa forma, o desenvolvimento e o uso sustentável dos recursos naturais, neutralizando o crescimento econômico, e, o mercado de consumo, com a qualidade de vida e do meio ecológico em que o indivíduo se encontra inserido. Destarte, torna-se evidente a estreita relação entre a economia e o meio ambiente, e, portanto, tem como consequência o caráter econômico do direito ambiental. Assim, o desenvolvimento

econômico, fundado na sustentabilidade dos recursos naturais, torna-se um tema de grande relevância para a atual conjuntura socioeconômico.

Dessa maneira, torna-se evidenciado a importância dada pelo legislador ao direito ambiental, sendo esse direito de vital importância para a concretização e eficácia social do princípio da dignidade da pessoa humana, preceito norteador de todo o Ordenamento Jurídico brasileiro.

A ISO, cuja sigla significa *International Organization for Standardization*, é uma entidade não governamental criada em 1947 com sede em Genebra - Suíça. O seu objetivo é promover, no mundo, o desenvolvimento da normalização e atividades relacionadas com a intenção de facilitar o intercâmbio internacional de bens e de serviços e para desenvolver a cooperação nas esferas intelectual, científica, tecnológica e de atividade econômica.

Os membros da ISO (cerca de 90) são os representantes das entidades máximas de normalização nos respectivos países como, por exemplo, ANSI - *American National Standards Institute*, BSI - *British Standards Institute*, DIN-*Deutsches Institut für Normung* e o INMETRO Instituto Nacional de Metrologia.

-AS 8000

A AS 8000 é uma norma internacional que define os requisitos referentes às práticas sociais do emprego por fabricantes e seus fornecedores. A AS 8000 é reconhecida mundialmente como a norma mais aplicável ao ambiente de trabalho, e pode ser auditada em qualquer porte de organização, em qualquer localidade geográfica e setor industrial. E com a globalização e o avanço da velocidade e da qualidade de informação, é que se tem observado a necessidade de agir com responsabilidade social para com os funcionários, tendo em vista que os abusos cometidos podem rapidamente chegar ao conhecimento das pessoas em

qualquer parte do mundo, podendo causar prejuízos à imagem da empresa ou ao seu produto ou serviço fornecido.

A AS 8000 (Social Accountability 8000) - Lançada em 1997 pela *Council on Economic Priorities Accreditation Agency (PEPAA)*, uma organização não governamental norte-americana preocupada com a adoção de políticas de responsabilidade social corporativa na América e que atualmente é chamada de *SAI – Social Accountability International*. Trata-se de uma proposta de padrão global, como ferramenta estratégica a ser adotada pelas corporações empresariais que têm como objetivo a aplicação de políticas programáticas de responsabilidade social. Baseia-se na Declaração Universal dos Direitos Humanos, nas Convenções da Organização Internacional do Trabalho e na Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança. A AS 8000 é fundamentada em oito elementos importantes, pelos quais as empresas devem ter especial atenção, primando fundamentalmente pelo respeito, valorização, promoção e defesa da integridade humana e ambiental. São eles:

- Trabalho Infantil (Proibido)
- Discriminação (Proibida)
- Remuneração (Equitativa e justa)
- Liberdade de Associação e Negociação Coletiva (Estimulada)
- Saúde e Segurança (Estimulada)
- Sistema de Gestão (Necessária para manutenção da certificação)
- Horário de Trabalho (Indica padrões básicos e dá primazia às leis locais)
- Trabalho Forçado (Proibido)

A primeira empresa certificada na AS 8000 foi a Avon em 1998, sendo a empresa paulista De Nadai, a primeira empresa brasileira, em janeiro de 2000 (MUELLER, 2003).

A AS 8000 recebeu críticas e até mesmo resoluções contestando sua necessidade e rejeitando sua eficácia em fornecer avanços reais nos objetivos de responsabilidade social das empresas (ZUCKERMAN, 1998, p.24).

No entanto, com o passar dos anos, a norma tem se tornado um padrão reconhecido e utilizado mundialmente. De acordo com Leipziger (2003, p.166), as empresas que hoje adotam a AS 8000 estarão à frente das outras no mercado cada vez mais competitivo, quando surgirem às novas legislações que obriguem as empresas a tornarem-se mais socialmente responsáveis.

A norma é aplicável às organizações de qualquer localidade, indústria ou tamanho e especifica requisitos de responsabilidade social que possibilitam as empresas desenvolver, manter e executar políticas e procedimentos com o objetivo de gerenciar aqueles temas os quais ela possa controlar ou influenciar. Além disso, permite às empresas, demonstrar para as partes interessadas que as políticas, procedimentos e práticas estão em conformidade com os requisitos da norma AS 8000.

-ISO 14000

A *International Organization for Standardization* (ISO) é projetada para estabelecer critérios estruturais válidos através de regras, testes e certificações encorajando o comércio de bens e serviços. A ISO 14000 é a família de normas desenvolvidas para cuidar da rotulagem ambiental.

Segundo Valle (1996), quando os custos dos impactos ambientais não são assumidos pelos causadores do problema essa conta será paga por toda a sociedade. A série ISO 14000 tem como objetivo um Sistema de Gestão Ambiental que auxilie as empresas a cumprirem suas responsabilidades em relação ao meio ambiente que permeia a organização dentro de conceitos e procedimentos sem perder de vista características e valores regionais. As normas

ISO 14000 se aplicam às atividades industriais, extrativas, agroindustriais e de serviços certificando as instalações da empresa, linhas de produção e produtos que satisfaçam os padrões de qualidade ambiental.

Valle (1996, p.54) salienta que:

Com o intuito de uniformizar as ações que deveriam se encaixar em uma nova ótica de proteção ao meio ambiente, a ISO – International Organization for Standardization (Organização Internacional para Normalização) – decidiu criar um sistema de normas que convencionou designar pelo código ISO 14000. Esta série de normas trata basicamente da gestão ambiental e não deve ser confundida com um conjunto de normas técnicas.

O cuidar do meio ambiente é muito mais que o uso da razão, da ciência e da tecnologia, a importância disso é uma questão inclusive de sobrevivência. Para Ribeiro (1998), as mudanças de valores, mentalidade e comportamento são fundamentais para o futuro da espécie humana, em que o limite norteia uma situação que o consumismo e os valores materialistas exercem pressão sobre os recursos naturais. No processo de industrialização, na sua maioria poluidora, os recursos naturais utilizados como matéria-prima são usados e descartados como lixo e resíduos.

A Gestão Ambiental dentro do sistema de gestão das organizações traz como práticas alguns mecanismos para minimizar os impactos ambientais decorrentes dos processos de industrialização. O Sistema de Gestão Ambiental (SGA), segundo a definição ISO, é o conjunto formado pela estrutura organizacional, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos necessários para implantar e manter o gerenciamento ambiental (NAHUIZ, 1995, p. 61).

Segundo Ehlke (2003), uma das maneiras mais usuais de iniciar uma gestão ambiental tem sido a implantação de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), com vistas à certificação. A série de normas ISO 14000 visa alcançar três principais objetivos:

- a) promover uma abordagem comum a nível internacional no que diz respeito gestão ambiental dos produtos;
- b) aumentar a capacidade das empresas de alcançarem um desempenho ambiental e na medição de seus efeitos;
- c) facilitar o comércio, eliminando as barreiras dos imperativos ecológicos.

Segundo ABNT (2004), a norma ISO 14000 não estabelece requisitos absolutos para o desempenho ambiental. Cada organização identifica dentre as possibilidades aqueles aspectos ambientais que possa controlar e aqueles que possa influenciar. Dessa forma duas organizações com processos similares e níveis de desempenho diferentes podem estar em conformidade com os requisitos expressos na política ambiental, legal e melhoria contínua que cada uma tenha subscrito.

ISO 14000 permite observar que há um alto grau de subjetividade, pois as normas não estabelecem requisitos absolutos para o desempenho ambiental e para o controle dos impactos das atividades desenvolvidas pelas organizações, deixando isso apenas atrelado às suas políticas e aos seus objetivos ambientais.

-NBR 16001

A NBR 16001 foi concebida com base nas três dimensões da sustentabilidade - econômica social e ambiental - estabelecendo os requisitos para a implementação de um Sistema de Gestão de Responsabilidade Social (SGRS) passível de integração com outros sistemas de gestão. Um SGRS eficaz permite promover a cidadania, o desenvolvimento sustentável e a transparência das atividades.

Acompanhando essa tendência, a Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT editou, em 2004, a NBR 16001, primeiro documento normativo a estabelecer requisitos para Sistema da Gestão da Responsabilidade Social e principal referência para a certificação desse tipo de sistema de gestão, no âmbito do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade - SBAC.

A NBR 16001 (2004) reúne um conjunto de requisitos associados à ética, cidadania, direitos humanos e desenvolvimento sustentável e foi elaborada de modo a ser aplicável a todos os tipos e portes de organizações ajustando-se às diferentes condições geográficas,

culturais e sociais do país. No entanto, a tentativa de tornar a norma abrangente e flexível, acentuou aspectos de generalidade que associados à subjetividade de seus requisitos e à necessidade do envolvimento de partes externas à organização, tornaram-na uma norma, cuja certificação é mais complexa e diferenciada que a dos demais sistemas de gestão normalizados, como os da qualidade, ambiental e de saúde e segurança. Tais características têm favorecido e valorizado o surgimento de pesquisas que buscam a melhor interpretação de seus requisitos, bem como a identificação das boas práticas de auditoria da certificação de SGRS. Nesse contexto, este trabalho objetiva identificar e discutir as especificidades e a complexidade da certificação de Sistema da Gestão da Responsabilidade Social, com base na ABNT NBR 16001 (2004) e no âmbito do SBAC. Inicia com uma breve explanação conceitual sobre normalização e certificação de sistemas de gestão, apresenta os princípios da referida norma e discute suas especificações para a responsabilidade social corporativa ou empresarial, apontando as dificuldades de se evidenciar a conformidade durante as auditorias de certificação, finalizando com propostas que objetivam assegurar competência e confiança aos processos de certificação de SGRS.

NBR 16001 (2004) surge no cenário nacional imbuída do desafio de ser a mais importante ferramenta de auxílio à sistematização da gestão da responsabilidade social no Brasil, o que torna a iniciativa da sociedade civil organizada, de elaborá-la, um marco histórico no alinhamento do discurso e práticas corporativas à tendência mundial do desenvolvimento a partir dos postulados da ética e da sustentabilidade.

-ISO 26000

Com toda a sua experiência em normalização de processos corporativos, atenta à crescente demanda sobre o tema responsabilidade social e disposta a contribuir, a ISO em

2001, inicia um processo interno para averiguar a possibilidade de elaborar norma padrão versando sobre RS.

A mais alta instância dentro da ISO, o *Technical Management Board* (ISO/TMB), aprovou nesse mesmo ano uma resolução que ressalta a importância dos assuntos emergentes em relação à responsabilidade social. Em seguida, o TMB convocou seu Comitê de Política do Consumidor (Copolco) para estudar e considerar a viabilidade de normas internacionais nessa área. O Copolco, como conclusão de seus trabalhos, sugeriu ao TMB a criação de um grupo consultivo estratégico (*Strategic Advisory Group* – SAG) cujo objetivo era recomendar à ISO se ela deveria ou não prosseguir na elaboração da norma e, em caso positivo, sugerir qual seria seu escopo, abrangência e norma mais adequada.

Para Savitz (2006), o SAG iniciou seus trabalhos em maio de 2002, concluindo em abril de 2004. Como produto final, recomendou a elaboração da norma padronizadora. Em junho do mesmo ano, a ISO realizou em Estocolmo, Suécia, uma Conferência Internacional que culminou na decisão de se criar uma terceira geração de normas: a da responsabilidade social. O TMB promulgou a Resolução nº 035/2004, determinando a elaboração de uma norma de responsabilidade social, já definindo que seu conteúdo estabeleceria diretrizes e não teria caráter certificador.

Em processo interno para definir as entidades responsáveis para liderar o Grupo de Trabalho para elaboração da nova ISO normatizadora em Responsabilidade Social, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), em conjunto com o *Swedish Standard Institute* (SIS), da Suécia, foram vitoriosos no páreo eleitoral (TMB *Working Group*). Ambas as instituições são responsáveis pela condução dos trabalhos.

Para Savitz (2006), neste momento de elaboração, o maior desafio da ISO 26000 é a sua construção que conta com representantes de todos os segmentos de várias partes do mundo e a sua aceitação, quando for implantada. Ela traz uma grande oportunidade de

ampliação dos investimentos sociais das empresas nas entidades de assistência social, contribuindo para o fortalecimento deste segmento, ampliando as ações e o número de atendimento, gerando mais emprego e melhorando a distribuição de renda. Ao distinguir ações de filantropia e caridade de práticas de RS, as entidades de assistência social devem estar preparadas para oferecer produtos atraentes às empresas, que estejam relacionadas com o ambiente de trabalho e o entorno do local onde estejam inseridas. Além disso, a norma será expressa ao tratar de questões de envolvimento comunitário e desenvolvimento social, principal foco de atuação das entidades de assistência social.

V- Conclusão

Em um mercado cada vez mais competitivo, as empresas devem estar atentas a todos os públicos impactados pelo seu negócio. Emerge então, a partir da linha histórica e conceitual tratada neste estudo, a Responsabilidade Social Empresarial.

A Responsabilidade Social vem se consolidando como a grande prestação de contas das empresas na demonstração de seu compromisso ético e social para com a sociedade. Esta prestação de contas por sua vez é produto de uma mudança de comportamento do empresariado em geral que hoje não se preocupa apenas com os resultados das atividades das empresas.

A função social é um princípio que trouxe um maior grau de justiça nas relações sociais, visando coibir os abusos individuais. Nas empresas, direciona a fazer o bem comum, possibilitando um ganho econômico mais justo para todos.

Diante dessa nova realidade, deve a empresa ter como meta outros objetivos atrelados a uma exploração das atividades econômica que não se pauta exclusivamente com o objetivo de lucro, mas estar associados a valores de justiça social e bem estar coletivo.

Assim, numa economia de mercado que pressupõe ao particular a detenção dos meios de produção, a empresa constitui elemento essencial para determinar a estrutura econômica e social de uma sociedade.

O que se conclui que é plenamente possível a conciliação da busca do lucro com o exercício da função social da empresa.

VI- Referências Bibliográficas

ARNOLDO, P. R. C.; MICHELAN, T. C. C. **Função Social da Empresa**. Direito-USF, V.17, p. 87-90, jul./dez.2000. http://direito.newtonpaiva.br/revistadireito/docs/prof/13_prof_rodrigo2.pdf.

COMPARATO, F. K. Função Social da Propriedade dos Bens de Produção. **Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro**. São Paulo, n. 63, p. 71-79, 1986.

DUGUIT, L. **Lãs transformaciones Del derecho** Buenos Aires: Editorial Heliasta, 1975. http://direito.newtonpaiva.br/revistadireito/docs/prof/13_prof_rodrigo2.pdf.

DRUCKER, P.F. **Fator Humano e Desempenho**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1997. http://www.revista.inf.br/pedagogia/pages/artigos/edic11-anovi-art_08.pdf

EHLKE, M.C.G. **O desenvolvimento da contabilidade ambiental em empresas certificadas pela ISO 14000**. Curitiba/PR. Dissertação de Mestrado em Administração - Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2003.

FORMENTINI, M.; OLIVEIRA, T. M. Ética e Responsabilidade Social – Repensando a Comunicação Empresarial. **Revista Comunicação Organizacional**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

GRAJEW, O. **O que é Responsabilidade Social?** Ribeirão Preto: novembro/1999. Disponível em: www.ethos.org.br>. Acesso em: 25 de abr. 2005

LELIS, I. **Política de Desenvolvimento Social nas empresas**. 2001.<http://pessoal.pb.cefetpr.br/eventocientifico/revista/artigos/0606011.pdf> CIEE: Centro de Integração Empresa <<http://www.ciee.org.br>>. Acesso em: 26/05/2006.

LEIPZIGER, D. **SA8000 O Guia definitivo para a nova norma social**. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2003.

MELO, N. F. P. **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial; Administração do Terceiro Setor**. 2 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MICHAELIS. J. **Dicionário da língua portuguesa**. São Paulo: Melhoramentos, 1998.

MUELLER, A. **A utilização dos indicadores de responsabilidade social corporativa e sua relação com os stakeholders**. Rio de Janeiro: Campus 2003.

NAHUZ, M. A.R. **O Sistema ISO 14000 e a certificação ambiental**. In: RAE, São Paulo, v. 35; nov./dez. 1995. P.56-66.

OLIVEIRA, J. A. P. "Uma Avaliação dos Balanços Sociais das 500 Maiores", **Revista de Administração de Empresas - RAE – Eletrônica**, v. 4, n. 1, Art. 2, jan./jul, 2005.

RIBEIRO, M. A. **Ecologizar: pensando o ambiente humano**. Belo Horizonte: Rona, 1998.

SÁ, A. L. **Recursos naturais e empresa**, www.apotec.pt, outubro de 1999.

SAVITZ, W. **Documento da ISO sobre a ISO 26000**
http://www.iso.org/iso/socialresponsibility_2006-en.pdf

SARAIVA, P. S. **O movimento de responsabilidade social das empresas no Brasil e no mundo**. In: **Relações Públicas e a Responsabilidade Social das Empresas com o Público Interno**.
http://www.google.com.br/search?q=Artigo+Responsabilidade+social+mostrando+que+as+empresas+tem+C3%AAm+a+responsabilidade+de+obedecer+C3%A0s+leis,&hl=pt-BR&lr=lang_pt&start=10&sa=N.

SILVA, D. R. **Filantropia Empresarial: uma alternativa para o social?** São Paulo: Publifolha, 2001. **Jornal Valor Econômico**. São Paulo: 20/12/2002.

SOUZA, P. R. Educação e responsabilidade social. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 19 jun. 1996. Caderno Tendências e Debates. <http://www.mec.gov.br>.

TOMASEVICIUS FILHO, E. A Função Social da Empresa. **Revista dos Tribunais**, São Paulo: n 92, p 33-50, abr 2003.

VALLE, C. E. Como se preparar para as normas **ISO 14000** – Qualidade Ambiental – O Desafio de Ser Competitivo Protegendo o Meio Ambiente. São Paulo: Pioneira, 1996.

ZUCKERMAN, A. **Do we really need a “social accountability” standard?** Purchasing, p.24-25, Outubro,1998.

ANTUNES, P. B. **Direito Ambiental**. 7º ed., revista, atualizada e ampliada. Rio de Janeiro: Lúmen juris, 2004.

BRASIL, **Novo Código civil**, Lei nº 10.406 10 de Janeiro de 2003. 21ª edição São Paulo: Saraiva, 2004.

CFC. Conselho Federal de Contabilidade. **Resolução n. 1.003/04 - Aprova a NBC T 15 – Dispõe sobre Informações de Natureza Social e Ambiental**. Brasília: CFC, 2004.

FIORILLO, C. A. P. & RODRIGUES, M. A. **Manual de Direito Ambiental e legislação aplicável**. 2 ed. São Paulo: Max limonad, 1999.

MACHADO, P. A. L. **Direito Ambiental Brasileiro**. 12 ed., **Revista, atualizada e ampliada**. São Paulo: Malheiros, 2004.

MEDEIROS, F. L. **Meio Ambiente. Dever e direito fundamental**. 1ed.Porto Alegre: Livraria dos Advogados Editoras Ltda, 2004.