

**RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS E MEIO AMBIENTE**

Tatiana Machado Dunshee de Abranches  
*Advogada*

O atual horizonte do exercício da atividade econômica do comércio demonstra não ser mais possível atribuir somente ao Estado a função de regular a atuação das corporações, em razão de estar sendo imposta pelo próprio mercado a atribuição de observar os interesses da coletividade/consumidores.

Nesse contexto, faz-se necessário adequar os produtos e serviços a tais exigências, o que importa falar em sustentabilidade econômica e ambiental, definida como o uso racional dos recursos naturais no exercício da atividade empresarial, de forma a não acumular poluição e degradação ao sistema produtivo.

A sociedade moderna vive entre os extremos do avanço tecnológico e dos riscos ambientais. Em razão disso, surgiu, nesse cenário de globalização, a necessidade de se promover um ajuste entre os custos públicos com a proteção do meio ambiente e os custos privados, denominado de princípio da responsabilidade compartilhada. Isso porque a responsabilidade social ambiental passou a ser encarada como uma nova forma de produzir lucro, e não somente como custo, pois leva à criação de novos produtos ou adaptação dos já existentes.

O Decreto nº 1.355/1994, que incorporou, no Brasil o Acordo de Criação do Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT/OMC), demonstra bem a ideia de interação entre os fatores econômicos e ambientais, conforme transcrito adiante:

“Reconhecendo que as suas relações na esfera da atividade comercial e econômica devem objetivar a elevação dos níveis de vida, o pleno emprego e um volume considerável e em constante elevação de receitas reais e demanda efetiva, o aumento da produção e do comércio de bens e de serviços, permitindo, ao mesmo tempo, a utilização ótima dos recursos mundiais em conformidade com o objetivo de um desenvolvimento sustentável e buscando proteger e preservar o meio ambiente e incrementar os meios para fazê-lo, de maneira compatível com suas respectivas necessidades e interesses segundo os diferentes níveis de desenvolvimento econômico.”

A proteção do meio ambiente decorre da consciência de que os problemas ambientais são transfronteiriços, pois extrapolam os limites territoriais dos Estados. Além disso, considerado como uma extensão do direito à vida, configura-se como um direito humano fundamental e, portanto, inserido na proteção do princípio da dignidade da pessoa humana.

A principal função de uma economia com viés ambiental é fazer com que as empresas internalizem, ou seja, valorem nos custos de produção as externalidades ambientais negativas de seus produtos e serviços, de forma que o exercício da atividade econômica não seja mais vantajoso ao poluir, mas sim ao implementar medidas de prevenção. Dessa forma, as externalidades devem ser inseridas nos produtos e serviços, com o fim de que os produtores mais poluentes e os consumidores menos conscientes arquem com a recuperação da degradação ambiental.

A estratégia comercial imposta pelo mercado global é a de saber aferir o que os participantes dessa nova economia desejam e, a partir daí, desenvolver alternativas lucrativas e agregadoras para a imagem das empresas e das marcas. Assim sendo, sustentabilidade e responsabilidade social passam a ser, portanto, indispensáveis para as empresas, visto que o rigor com que o mercado encara tais exigências é tão grande que se configura como um tênue liame entre o sucesso e o fracasso de produtos e serviços.

Uma das melhores estratégias para evitar danos e mitigar riscos ambientais é a realização constante de planos de prevenção, tais como as auditorias ambientais, nas quais se busca avaliar todos os riscos da atividade, em todo o seu processo de produção, distribuição e comercialização. As empresas precisam, em conjunto com os Estados, buscar a preservação do planeta e propor meios de reduzir as desigualdades sociais, ainda que mantenham o enfoque do consumo e do lucro, haja vista que, por diversas vezes, as consequências dos abalos econômicos encontram justificativa em questões ambientais.

Ademais, o estabelecimento de parâmetros de responsabilidade social pode ser o diferencial para as empresas no mercado. Esse tipo de sistema, quando adotado por uma empresa, geralmente é seguido pelas demais, no que se denomina de *benchmarking*, definido como a busca pelas melhores práticas industriais que conduzem a um melhor desempenho, a partir da comparação entre práticas e performances negociais.

A Constituição da República, em seu artigo 225, atribui ao Estado o dever de proteção do equilíbrio e a preservação dos processos ecológicos essenciais, cujo fundamento

não está na exclusiva satisfação de interesses atuais, mas na função de garantir a integridade dos interesses difusos para as futuras gerações.

Os princípios mais relevantes que regem a atuação conjunta dos Estados e das empresas são o da precaução e o da prevenção. O primeiro preconiza que, havendo ameaça de danos sérios ou irreversíveis, a ausência de absoluta certeza científica não deve ser utilizada como razão para postergar medidas eficazes e economicamente viáveis para prevenir a degradação ambiental. O princípio da prevenção, por sua vez, contém a noção de que os Estados devem reduzir e eliminar os modos de produção e consumo não viáveis.

Nesse sentido, diversos julgados do Supremo Tribunal Federal (STF) sustentam a relevância da função social da empresa, entendendo que a livre iniciativa não será legítima, se buscada unicamente com o intuito de lucro, pois deve conter a essência da responsabilidade social da atividade econômica, em que as empresas assumem o papel de *global players*, influenciando decisivamente o cenário político mundial.

Percebe-se, portanto, que a implantação de sistemas de gestão ambiental nas empresas será um pré-requisito para o sucesso no mercado, até mesmo porque não há mais escolha. A opinião pública e a legislação vêm exigindo uma atuação responsável, por meio da aplicação de conceitos como os da função social da propriedade e do papel da ética comportamental, inclusive como estratégia de negócios. A ideia de crescer ou não crescer não é mais suficiente, mas sim a da qualidade que se imporá a esse crescimento.

Cabe ressaltar que a responsabilidade social das empresas vem sendo avaliada por meio de índices nas bolsas de valores, a exemplo do *Dow Jones Sustainability Group Index – Dow Jones de Sustentabilidade*, bem como o *Advanced Sustainable Performance Index (Aspi Eurozone)*, que são índices de cotação de empresas orientadas sustentavelmente.

Em face do exposto, as empresas devem repensar seu papel no mundo dos negócios e implementar mudanças de atitude, no sentido da melhoria da qualidade de vida e das relações. Está mais do que na hora de se considerar a responsabilidade social corporativa como uma nova geração de renda, visto que essa atitude agrega valor à marca e à empresa, fazendo com que sua aceitação social seja mais ampla.