

A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA E O PAPEL DO ADVOGADO

Pelo Dr. José João de Avilez Ogando

SUMÁRIO:

I. INTRODUÇÃO; 1. Colocação da questão, 2. Noção de Responsabilidade Social da Empresa, 3. O ressurgimento do tema; **II. AS TEORIAS EM CONFRONTO,** 1. A teoria dos detentores de um interesse sobre a sociedade (*stakeholders*), 2. A teoria dos titulares do capital (*stockholders*), 3. A superação ética da Doutrina Social da Igreja, 4. Os níveis de responsabilidade social da empresa; **III. O PAPEL DO ADVOGADO.**

I. INTRODUÇÃO

1. Colocação da questão

I. Em Setembro de 2003, o CCBE — Conselho das Ordens e Sociedades de Advogados da União Europeia publicou um documento intitulado “*CSR — Corporate Social Responsibility and the Role of the Legal Profession*”⁽¹⁾ cuja leitura se recomenda e que pretende ser um guia para os advogados europeus em matéria de aconselhamento sobre questões relacionadas com a Responsabilidade Social das Empresas⁽²⁾. Trata-se de um documento que faz

⁽¹⁾ Documento disponível no site do CCBE, já na segunda actualização, de Junho de 2008.

⁽²⁾ O termo responsabilidade surge aqui, não no sentido jurídico do termo, mas sim no seu sentido ético, referindo-se portanto à conduta a que um determinado sujeito se encontra obrigado por força de um preceito moral.

designadamente referência às oportunidades e benefícios que se apresentam para as empresas que escolhem adoptar comportamentos socialmente responsáveis, bem como aos riscos envolvidos para a sua não observância, às razões que levam o CCBE a considerar os advogados como especialmente vocacionados pelo aconselhamento neste domínio, e às oportunidades e técnicas de aconselhamento a adoptar na abordagem destes temas.

Logo nas exposições introdutórias daquele documento dirigido a todos os advogados europeus é referido que

“a Responsabilidade Social das Empresas (RSE) é um instrumento de mudanças positivas na empresa. Ela define o quadro e a forma dentro das quais a empresa deve dirigir a sua actividade por forma a responder às expectativas da sociedade nos domínios ético, jurídico, comercial e público. Estas linhas de orientação servem como ponto de partida para o advogado de empresas na definição de novas soluções jurídicas para os seus clientes”⁽³⁾.

II. No entanto, antes de serem apontadas baterias relativamente à responsabilidade social das empresas, a abordagem deste tema exige uma prévia reflexão sobre algumas perspectivas que têm sido lançadas sobre o tema e que colocam em perspectiva o próprio papel da empresa na sociedade moderna em que hoje vivemos, de maneira a sabermos definir com precisão o papel da empresa na sociedade moderna.

III. Trata-se de um tema objecto de considerável debate noutros países, que gerou inicialmente uma controvérsia entre os partidários da teoria dos detentores de capital (*stockholders*) e aqueles que defendem a teoria dos detentores de interesses sobre a sociedade (*stakeholders*). Estas duas correntes centraram muito o seu debate, não em particulares concepções éticas relativamente ao

⁽³⁾ CCBE — Conselho das Ordens e Sociedades de Advogados da União Europeia, “CSR — Corporate Social Responsibility and the Role of the Legal Profession”, p. 2.

papel da empresa, mas sim na *extensão* do envolvimento da própria empresa no desempenho de actividades de carácter socialmente valioso. Por outras palavras estas concepções discutem sobre quem é que incide esta responsabilidade, defendendo o papel da empresa como eventual sujeito activo de justiça social, reconduzindo-se no fundo à questão de saber se as empresas devem ou não ser consideradas como sujeitos morais, abrangidos por deveres de carácter ético para com a comunidade.

Este debate está hoje relativamente superado, na medida em que as concepções éticas que advogam a responsabilidade social da empresa vêm-na como um meio de atingir determinados fins socialmente úteis, tornando a questão de saber sobre quem é que incidem os deveres de a tornar socialmente responsável — se a própria sociedade, os accionistas ou os seus administradores — uma questão meramente secundária.

Daí que não utilizaremos tanto o termo *sociedade* como o de *empresa*, já que os termos muitas vezes confundidos pretendem aqui sempre designar, não a forma jurídica habitualmente adoptada para a prossecução de uma actividade social, mas sim toda a unidade económica composta pela organização de meios e factores produtivos.

IV. Cabe no entanto aqui uma referência às teorias dos *stockholders* e dos *stakeholders* porquanto cada uma delas representa um estágio distinto na abordagem do problema da responsabilidade social das empresas sendo que cada uma trouxe uma perspectiva nova à discussão, representando um novo estágio na maturação e na compreensão do problema. A posição da Doutrina Social da Igreja é igualmente invocada pois como veremos e independentemente das convicções de cada um, acaba de facto por trazer *mais e melhor* ao debate, ao focar o princípio da subsidiariedade e sustentar os valores da solidariedade, da justiça social e do papel das organizações na sociedade como justificação para um novo nível de responsabilidade social das empresas.

2. Noção de Responsabilidade Social da Empresa

I. Como é sabido, fala-se em responsabilidade para designar a situação de quem é chamado a responder pelos seus próprios actos, ou seja, de um dever a que determinada pessoa singular ou colectiva está adstrita em virtude da ocorrência de um qualquer facto gerador do mesmo. Assim, o responsável é aquele sobre quem impende a obrigação de responder por determinada circunstância, sendo o termo igualmente utilizado como adjectivo para apontar aqueles que evidenciam uma capacidade para assumir os deveres que decorrem do *risco* ou do *custo* que as suas actividades representam para um ou mais indivíduos ou para a própria colectividade.

II. Neste contexto, a responsabilidade social das empresas é geralmente descrita como um movimento voluntário de integração de preocupações sociais e ambientais na gestão das empresas, quer no que diz respeito directamente às suas operações comerciais, quer no que diz respeito à sua interacção com outras partes envolvidas no processo. Isto implica uma atenção redobrada ao nível ético por parte dos seus responsáveis relativamente aos investidores, aos próprios funcionários, ao ambiente, aos clientes e fornecedores e às próprias comunidades locais em que a empresa se integra.

III. Em termos conceptuais, o termo responsabilidade da empresa comporta um sentido *institucional* e um sentido *operacional*. Fala-se de responsabilidade social da empresa em sentido *institucional* para designar genericamente uma estratégia tendente a assegurar a prosperidade da empresa através da satisfação das legítimas expectativas dos grupos de interesses que a envolvem, o que implica atingir um ponto de equilíbrio entre a iniciativa económica privada e os interesses da colectividade.

Por outro lado, a responsabilidade social da empresa em sentido *operacional* relaciona-a directamente com a ideia de sustentabilidade desdobrando-se essencialmente nas seguintes três dimensões:

- a) a *dimensão económica*, onde entra a necessidade de assegurar rentabilidade financeira, o que apenas se consegue mediante a valorização pública dos bens e serviços proporcionados pela empresa através de meios lícitos e eticamente satisfatórios;
- b) a *dimensão social* da sustentabilidade da empresa que exprime a sua capacidade para ir ao encontro das aspirações dos trabalhadores respeitando os seus direitos e fornecendo-lhes o seu espaço de realização pessoal; e
- c) a *dimensão ambiental*, por intermédio da qual na escolha de processos e meios de produção a empresa assegura a necessidade de preservação ambiental e a economia de recursos naturais.

3. O ressurgimento do tema

I. A teoria da função social da empresa começou a tomar corpo em finais da década de setenta como consequência da constatação do crescente protagonismo das empresas na economia de mercado, potenciada pelos processos de globalização, de integração dos mercados e pelo retrocesso do intervencionismo estatal a que se assistiu no último quartel do século XX. Estes factores foram determinantes para a crescente dispersão do capital social das sociedades pelo público investidor que, conjuntamente com as facilidades sem precedentes no acesso à informação, determinam uma maior capacidade de influência por parte de diversos grupos de intervenientes que pelas mais diversas razões estão ligados à vida das empresas.

À medida em que as empresas se integram na sociedade, seja pelo seu desenvolvimento e crescente sucesso comercial, seja pela sua expansão para novos mercados, aumentam aqueles que sobre ela detêm um qualquer interesse. Este fenómeno produziu uma tendência inexorável e progressiva no sentido da tomada de consciência quanto ao impacto das actuações da empresa sobre elementos exteriores a ela, consequências a que vulgarmente os economistas

designam de *externalidades*. E nas sociedades modernas este problema torna-se mais pertinente uma vez que a maior exposição das empresas acaba por torná-las mais vulneráveis no mercado, uma vez que a sua credibilidade fica sujeita a um escrutínio cada vez mais exigente.

Estes efeitos são ainda potenciados quando existam fenómenos de expansão que determinam que as empresas inicialmente situadas num único local partam para outros mercados onde, através do desenvolvimento das suas actividades, aumentem a sua influência e exposição, designadamente ao nível das condições de vida das populações locais onde a sua actividade se desenrola.

II. Não podemos ainda esquecer que uma importante categoria de sujeitos afectados pelo desempenho das empresas são de facto os próprios investidores detentores do capital, em cujos interesses se inclui a necessidade de adopção voluntária de um conjunto de boas práticas de direcção e funcionamento que assegurem a imagem da empresa, a sua integração com as comunidades em que se inserem e sejam assim geradoras de maior sustentabilidade económico-financeira.

À medida que os tempos correm e que se pronuncia o movimento de integração e de expansão das empresas no mundo globalizado, todo este conjunto de pressões vai-se sentindo de uma forma mais pronunciada. Hoje as empresas são mais sensíveis a questões como o respeito pelos direitos dos trabalhadores, o meio ambiente e até as condições de vida das populações mais desfavorecidas, pois sabem que o comportamento da organização é valorado e reflecte-se no prestígio dos produtos e marcas que comercializam. Por outro lado, há que ter em conta o comportamento de quem procura realizar investimentos socialmente responsáveis e que por isso é discriminado positivamente em detrimento da concorrência.

III. O interesse suscitado relativamente a estas questões foi também em parte reavivado pelo ressurgir dos escândalos financeiros a que assistimos no início da década, entre os quais se destaca

como exemplo paradigmático o abrupto colapso da gigante americana Enron que como outras possuía o seu próprio código ético que não foi respeitado. Acontecimentos como estes chamaram a atenção para a necessidade de salvaguardar a existência de regras relativas ao bom governo das sociedades e criar os mecanismos que permitam de alguma forma ao público em geral aferir o cumprimento de regras de boa conduta no governo das sociedades.

Este movimento no sentido de assegurar o bom governo das sociedades em geral e em especial naquelas que abrem o seu capital ao público, pode considerar-se incluído numa pequena parte daquilo a que se designa a responsabilidade social das empresas. Isto porque em geral, os membros dos órgãos de administração, especialmente das empresas que têm o seu capital disperso pelo público, têm responsabilidades para com os investidores de revelação ao mercado do grau de cumprimento de determinadas práticas de direcção adoptadas.

IV. Mas este conceito tem ressurgido também ao nível da implementação de conjuntos sistematizados de regras que têm em vista regular não só as relações entre os membros do órgão de administração e os accionistas, mas muitas vezes também sobre as relações da empresa com os seus *stakeholders*, sendo que ao levar à assunção de compromissos da empresa perante os credores, os trabalhadores e os accionistas asseguram uma cultura de credibilidade, transparência e justiça.

Além disso, a experiência tem demonstrado que o reposicionamento do papel da empresa na sociedade induzido pela adopção de práticas consideradas socialmente valiosas beneficia a empresa, provocando o aumento da sua competitividade a médio e longo prazo⁽⁴⁾. Outros benefícios para a alteração de comportamentos através da adopção de uma postura a vários níveis ética por parte da empresa têm sido apontados como permitindo entre outras, captar investidores que procurem realizar investimentos em empresas

⁽⁴⁾ OECD Observer, “*Corporate Governance and Responsibility: Foundations for Market Integrity*”, n.º 234, Outubro de 2002, p. 7 e segs.

socialmente responsáveis bem como despoletar processos internos que permitam às organizações tomar consciência e ir ao encontro, de uma maneira mais eficiente, das necessidades e legítimas expectativas de todos quantos estão envolvidos nas suas operações.

II. AS TEORIAS EM CONFRONTO

1. A teoria dos detentores de um interesse sobre a sociedade (*stakeholders*)

I. De acordo com os defensores da teoria dos *stakeholders*, os membros do órgão executivo devem atender a todos quantos afectam ou são afectados pela vida da empresa e têm, por isso, um interesse no seu bom funcionamento. Entre estes, além dos próprios accionistas, encontram-se os empregados, fornecedores, clientes, a comunidade local e o Estado. De acordo com esta posição, o objectivo da empresa seria o de coordenar os interesses destes grupos, fazendo incidir sobre os administradores os deveres morais de dirigir a actividade social, tendo em atenção manter um constante equilíbrio de tais interesses.

II. A principal ideia que se encontra por trás desta teoria resulta da ideia de que a empresa, ao beneficiar de diversos factores de produção proporcionados pela sociedade em geral e pelo próprio Estado, que tornam possível o desenvolvimento das suas operações, estaria por isso obrigada a compensar a comunidade que torna o seu sucesso possível.

Esta forma de encarar o papel da empresa desencadeou um movimento que teve em vista ultrapassar as questões levantadas pelo problema de separação entre titularidade e controlo sobretudo das grandes empresas, no sentido de estabelecer uma estrutura teórica que permitisse legitimar a adopção de certos comportamentos considerados socialmente responsáveis por parte dos respectivos administradores.

III. A verdade é que, ao contrário do que advoga esta teoria, a empresa não é um sujeito moral. E a querer-se assacar às empresas alguma responsabilidade neste domínio há que atender-se ao disposto no artigo 6.º do Código das Sociedades Comerciais, nos termos do qual

“a capacidade da sociedade compreende os direitos e as obrigações necessários ou convenientes à prossecução do seu fim, exceptuados aqueles que lhe sejam vedados por lei ou sejam inseparáveis da personalidade singular”.

De acordo com esta norma, a capacidade de exercício da sociedade tem como limite a prossecução do seu fim imediato, ou seja gerar lucros, o que restringe fortemente a autonomia dos administradores no que diz respeito à adopção de políticas socialmente responsáveis. Tal compreende-se uma vez que os administradores⁽⁵⁾ gerem meios de produção que lhes são alheios, permitindo-lhes apenas neste domínio a tomada de decisões abrangidas pelo primeiro nível de responsabilidade social que consiste em que a realização de lucros seja feita mediante o exemplar cumprimento de todas as regras do jogo.

Isto não significa, claro está, que não tenha sentido pensar num sentido mais abrangente da responsabilidade social da empresa. Na verdade, há que não desconsiderar a empresa como sujeito juridicamente autónomo e separar a sua responsabilidade directa da responsabilidade dos empresários seus accionistas. Não nos devemos esquecer que na noção de responsabilidade social da empresa nos referimos a esta como centro de intersecção de responsabilidades de carácter social, onde se incluem simultaneamente a pessoa colectiva e o empresário, que apesar de serem entidades relacionadas, têm funções claramente distintas.

Não obstante, a teoria dos *stakeholders* teve o mérito indiscutível de chamar a atenção para os diferentes grupos que cooperam para que a actividade da empresa seja possível, e para a necessi-

⁽⁵⁾ Os administradores e gerentes estão obrigados como é sabido ao dever geral de diligência previsto no artigo 64.º do Código das Sociedades Comerciais, nos termos do qual: “os gerentes, administradores ou directores de uma sociedade devem actuar com a diligência de um gestor criterioso e ordenado, no interesse da sociedade, tendo em conta os interesses dos sócios e dos trabalhadores”.

dade de ser sensível às necessidades de cada um, lançando luz sobre novos campos de responsabilidade social e tornando mais amplo e abrangente o horizonte ético da empresa.

2. A teoria dos titulares do capital (*stockholders*)

I. Em 1970, MILTON FRIEDMAN publicou um controverso artigo que constituiu uma reacção àquilo a que veio a designar-se de teoria dos *stakeholders*^(6/7) e onde expressava as suas opiniões no que diz respeito à responsabilidade social das empresas. Segundo este autor, o primeiro passo para a clarificação da doutrina da responsabilidade social da empresa é questionarmo-nos o que é que a mesma implica e para quem. Em princípio, as pessoas responsáveis pelos actos da sociedade seriam os detentores do capital, já que são elas que detêm o domínio sobre ela. No entanto, e uma vez que a discussão da responsabilidade social é primariamente dirigida às empresas, a sua abordagem é sobretudo da competência dos membros do órgão executivo.

II. O elemento chave da posição deste autor assenta no facto de os administradores serem representantes ou agentes que agem no interesse dos accionistas, o que determina que a sua principal responsabilidade seja para com estes⁽⁸⁾. Donde, a responsabilidade social dos administradores seja o gerir a empresa em termos

(6) O termo *stakeholder* foi inicialmente introduzido em 1963 como “os grupos sem cujo apoio a organização deixaria de existir” (R. EDUARD FREEMAN e DAVID L. REED, in “*Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Commerce*”, cit. apud Stephen M. Bainbridge, in “*The Bishops and the Corporate Stakeholder Debate*”).

(7) MILTON FRIEDMAN, “*The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*”, *The New York Times Magazine*, 13 de Setembro de 1970, p. 32.

(8) “Num sistema de liberdade de iniciativa económica e de propriedade privada, um executivo de empresa é um empregado dos donos do negócio. Ele tem uma responsabilidade directa para com os seus empregadores. Tal responsabilidade é a de levar a cabo a actividade social de acordo com a vontade daqueles, que geralmente será a de aumentar os lucros ao máximo, conformando-se ao mesmo tempo com as regras básicas vigentes em sociedade, tanto as incorporadas na lei, como em costumes éticos. (...) Enquanto as suas acções de acordo com as da “responsabilidade social” reduzirem os resultados para os

o mais consentâneos possíveis com a sua função qual seja a de prosseguir os interesses dos accionistas, desde logo através de políticas de maximização do lucro. Segundo este autor, a dificuldade no exercício da responsabilidade social por parte dos administradores de empresas acaba por ilustrar a grande virtude da empresa privada que consiste em forçar as pessoas a serem responsáveis pelos seus actos, tornando a exploração alheia difícil.

Neste artigo, FRIEDMAN defende que

“existe um e apenas um tipo de responsabilidade social da empresa: usar os seus recursos e envolver-se em actividades destinadas a aumentar os seus lucros na medida em que se mantenha dentro das regras do jogo, o que significa envolver-se numa concorrência aberta e livre sem engano ou fraude.”

O seu desacordo com aqueles que defendiam uma responsabilidade social das empresas sem limites, ia ao ponto de afirmar que os mesmos, ao negar o lucro como o fim último da empresa, *estavam a defender puro e inadulterado socialismo.*

III. Não obstante as suas propostas terem tido para muitos o significado que os administradores das empresas deveriam alcançar os fins de lucro a todo o custo, a verdade é que este autor reconhece especificamente o imperativo de que os negócios sejam prosseguidos no estrito respeito pela lei e pelas regras de mercado, reconhecendo o lugar da ética no exercício das actividades de direcção. Estes limites à acção dos administradores contrariam a ideia generalizada contra aquele autor, de que a teoria de FRIEDMAN defende políticas de gestão unicamente viradas para a maximização do lucro e desprovidas de qualquer preocupação quanto à sua responsabilidade social.

MILTON FRIEDMAN teve o mérito de chamar a atenção para o facto de que as empresas são instrumentos nas mãos dos accionis-

investidores, eles estão a gastar o dinheiro alheio”. MILTON FRIEDMAN, “*The Social Responsibility...*”, cit..

tas, transferindo o centro da discussão do tema da responsabilidade social e clarificando o que hoje nos parece óbvio: que a responsabilidade social da empresa não se deve confundir com a responsabilidade social do empresário.

IV. Poderá portanto dizer-se que, segundo este autor:

- a) **a empresa cumpre a sua função social primacialmente através do desempenho da sua actividade económica,** contribuindo desse modo para a realização dos objectivos gerais de política económica, ao gerar lucro para os seus accionistas;
- b) **a prossecução da actividade económica da empresa deve conformar-se com o conjunto de preceitos legais e éticos** aplicáveis aos demais agentes do mercado, sem recurso a praticas ilícitas ou fraudulentas; e
- c) **a existir uma intervenção voluntária socialmente valiosa por parte da empresa que ultrapasse o estrito âmbito do referido nas alíneas anteriores, a mesma não caberá aos seus administradores, sendo isso sim uma matéria da responsabilidade dos detentores do capital⁽⁹⁾.**

3. A superação ética da Doutrina Social da Igreja

I. A nossa análise aos pontos de vista atrás descritos é complementada com uma breve abordagem à ética católica na adopção de comportamentos socialmente responsáveis, uma vez que coloca o tema numa perspectiva inteiramente diferente.

⁽⁹⁾ Naturalmente que, no contexto das sociedades com o capital aberto ao investimento do público, em que o capital se encontra disperso pelo público investidor que coloca as suas poupanças em partes de capital, as pessoas sobre as quais verdadeiramente recai a responsabilidade de definir a condução dos destinos da empresa serão os investidores institucionais ou outras pessoas ou grupos de pessoas que detenham uma participação suficientemente influente, designadamente ao nível da nomeação de membros do órgão de administração.

O pensamento contido na Doutrina Social da Igreja não se detém com a questão de saber se a empresa é um ente moral ou não, nem tão pouco se questiona saber quais os sujeitos activos e passivos de comportamentos éticos, antes aproveita o melhor contributo de cada uma das correntes e indica a necessidade de que a empresa seja orientada para o bem comum. De facto, é defendido na linha aliás da teoria dos *stockholders* de Milton Friedman que

“Cada um tem o direito de iniciativa económica e usará legitimamente os seus talentos a fim de contribuir para uma abundância proveitosa a todos e recolher os justos frutos dos seus esforços. Mas terá o cuidado de se conformar com as regulamentações impostas pelas legítimas autoridades em vista do bem comum”⁽¹⁰⁾.

Por outro lado existe também uma aproximação à teoria dos *stakeholders* onde se defende que

“Os responsáveis de empresas têm, perante a sociedade, a responsabilidade económica e ecológica das suas operações. Estão obrigados a ter em consideração o bem das pessoas, e não somente o aumento dos lucros. Estes são necessários, pois permitem realizar investimentos que assegurem o futuro das empresas e garantam o emprego”⁽¹¹⁾.

No entanto, ao introduzir o conceito de solidariedade, o âmbito da responsabilidade social da empresa é lançado a patamares ainda mais abrangentes:

“tal como a pessoa se realiza plenamente na doação de si própria, assim a propriedade se justifica moralmente na criação quando, em moldes e tempos devidos, gera ocasiões de trabalho e crescimento humano para todos”⁽¹²⁾.

Assim, à medida que mais meios e poder são colocados à disposição de cada um, maior se torna a urgência de colocar esses

⁽¹⁰⁾ Catecismo, ponto 2429.

⁽¹¹⁾ Catecismo, ponto 2432.

⁽¹²⁾ JOÃO PAULO II, *Centesimus Annus*, 43.

meios ao serviço do bem comum. E aqui o empresário deve considerar-se particularmente obrigado no sentido de utilizar o seu privilégio e autoridade como instrumentos privilegiados para alcançar esse fim.

II. Para a Doutrina Social da Igreja, a responsabilidade social da empresa é um conceito que pode de algum modo relacionar-se com o conceito de *Justiça Social*, introduzido pelo PAPA PIO XI na sua encíclica *Quadragesimo Anno*, no sentido de poder ser vista como a virtude de quem, no âmbito da empresa, ordena o seu comportamento tendo em vista o cumprimento de propósitos socialmente valiosos. Significa conhecer o seu lugar na sociedade e exercer as suas funções empresariais em vista da influência no sentido do melhoramento das instituições sociais. Como escreveu MICHAEL NOVAK,

“o Papa constata que os homens e as mulheres livres dos tempos modernos podem juntar-se, organizar-se e modificar as instituições das sociedades em que vivem. Realizar este potencial social exige-lhes vigilância, iniciativa, visão de futuro, coragem, realismo, competências organizacionais e perseverança (além de uma provável ajuda de advogados). Além disso, sem a prática desta virtude, o princípio da subsidiariedade não poderia apelar a nenhum grupo social menor do que o Estado”⁽¹³⁾.

Este *princípio da subsidiariedade* que foi inicialmente formulado na doutrina social da igreja pelo PAPA PIO XI e posteriormente clarificado pelo PAPA JOÃO PAULO II na sua carta encíclica *Centesimus Annus*, é o que confere um especial papel à empresa na sociedade. Por ele se exprime a noção de que a sociedade desenvolve-se melhor quando os seus membros reconhecem que diferentes organizações sociais — tais como a família, a empresa, o governo — assumem responsabilidades diferentes na sociedade. Nos termos deste princípio,

(13) MICHAEL NOVAK, “*A Ética Católica e o Espírito do Capitalismo*”, p. 114.

“uma instância social de ordem superior não deve interferir na vida interna de uma comunidade de ordem inferior, privando-a das suas competências, mas deve antes apoiá-la em caso de necessidade e ajudá-la a coordenar a sua acção com a das outras componentes sociais, tendo em vista o bem comum”⁽¹⁴⁾.

Desta forma se defende expressamente que o objectivo último da empresa deve atender a sua existência como comunidade de pessoas que, de diverso modo, procuram a satisfação das suas necessidades fundamentais e constituem um grupo especial ao serviço de toda a sociedade. O Papa chama à atenção para a circunstância de que o verdadeiro debate deve centrar-se em todos aqueles que de uma forma ou de outra tomem parte na empresa, e que façam uso da virtude da justiça social no ambiente do labor quotidiano. Daí que se chame à atenção das nações para a formação de *empresários eficientes e conscientes das suas responsabilidades*.

III. A função social da empresa a que JOÃO PAULO II e autores como MICHAEL NOVAK chamaram à atenção tem como principal mérito o de fazer notar que além da função social *primária* da empresa defendida por MILTON FRIEDMAN e das suas obrigações perante todos quantos contribuem para o desenrolar das suas operações, a empresa tem também que ter em consideração, ao desenhar as suas posições no domínio da responsabilidade social, o seu próprio lugar na sociedade em que está enquadrada e que, por via dos princípios da subsidiariedade e da justiça social, deve assumir. Relativamente a este último aspecto, chama-se à atenção do papel dos empresários, como sujeitos morais últimos na esfera da empresa, que se querem *conscientes das suas responsabilidades*.

⁽¹⁴⁾ JOÃO PAULO II, *Centesimus Annus*, 48; cfr. igualmente PIO XI, *Quadragesimo Anno*, 79.

4. Os níveis de responsabilidade social da empresa

I. Cada uma das teorias assinaladas tem o mérito de nos fazer compreender melhor um aspecto diferente da responsabilidade social da empresa, e de nos ajudar a ver com maior lucidez as obrigações sociais da empresa que decorrem: (i) da sua função económica concreta, como também (ii) da necessidade de retribuir adequadamente a todos quantos depende a prossecução da sua actividade, e ainda (iii) do seu posicionamento relativamente à sociedade como um todo.

Daí que se diga que a responsabilidade social da empresa corresponde a uma tomada de consciência a três níveis que correspondem a três círculos concêntricos, que têm em conta sucessivamente a sua função económica, as forças que operam à volta da empresa e o papel que a mesma desempenha na colectividade em que se insere.

II. Temos portanto um primeiro círculo que é o da exemplaridade ou da excelência. Como referiu MILTON FRIEDMAN, as empresas têm que ser eficientes. Essa é a primeira responsabilidade social das empresas: produzir valor acrescentado. No entanto, este nível de responsabilidade da empresa em sociedade, é inseparável de um outro aspecto fundamental para que o valor gerado seja socialmente valioso: é necessário que no desenrolar das suas operações e na prossecução do seu fim último a empresa respeite a legalidade e os direitos de todas as partes envolvidas. Por outras palavras, a primeira responsabilidade das empresas é o da exemplaridade ou excelência no exercício da sua actividade.

III. O segundo círculo de responsabilidade social das empresas é o dos *stakeholders*, ou seja, o da responsabilidade da empresa relativamente a todos os que concorrem directamente para o sucesso das suas operações comerciais. De acordo com este nível de responsabilidade social a empresa deve compensar adequadamente ou não prejudicar desnecessariamente os clientes, fornece-

dores, trabalhadores, e até mesmo a comunidade local, na medida do seu contributo para a criação de valor acrescentado por parte da empresa, mas também dos encargos por cada um suportados.

IV. Finalmente, temos um terceiro círculo de responsabilidade social que onerará mais o empresário do que as empresas através dos seus administradores, que corresponde à responsabilidade da empresa relativamente à colectividade em geral, ao Estado e ao meio ambiente, que cumpre ter em consideração em diferentes medidas, quer consoante os custos envolvidos para as próprias empresas, quer consoante o seu impacto concreto nas suas operações.

III. O PAPEL DO ADVOGADO

I. Através do documento “*CSR — Corporate Social Responsibility and the Role of the Legal Profession*”, o CCBE sustenta que a profissão de advogado desempenha um papel relevante na tomada de consciência das empresas e dos empresários na pedagogia da responsabilidade social da empresa e na implementação de comportamentos socialmente responsáveis, referindo que a advocacia e a responsabilidade social das empresas prosseguem fins convergentes, como a defesa da moralidade, legalidade e justiça. E uma vez que a principal função do órgão executivo da empresa é assegurar a sua prosperidade dirigindo a actividade comercial ao mesmo tempo que se conforma com as legítimas expectativas dos seus accionistas e restantes *stakeholders*, cumpre ao advogado promover a implementação daqueles valores nas empresas.

II. Assim, e dada a especial proximidade dos advogados das empresas aos centros de decisão das mesmas, existem um conjunto de oportunidades de aconselhamento que podem traduzir-se em projectos de diversa índole, tais como:

- a)* a elaboração de planos de responsabilidade social e a sensibilização para o seu efeito preventivo no que diz respeito a potenciais litígios em empresas cujos processos não satisfaçam todos os requisitos legais;
- b)* a sensibilização das empresas para a circunstância de que cada vez mais o comportamento das empresas que não se conforme inteiramente com os preceitos legais em vigor está sujeito a procedimentos civis que podem ser onerosos mesmo em casos de negligência, aumentando de ano para ano os casos de potencial responsabilidade criminal;
- c)* a preparação de estratégias de planeamento fiscal relacionadas com a realização de acções no domínio dos planos de responsabilidade social, tirando partido de todos os benefícios fiscais conexos com essas actividades como é o caso dos benefícios fiscais relacionados com o mecenato;
- d)* a prestação de serviços relacionados com a divulgação de informação sobre as operações da empresa ao público em geral ou a entidades de supervisão, a emissão de comunicados em exercício de direitos de resposta;
- e)* elaboração de códigos éticos ou de conduta, etc.

III. As estratégias de responsabilidade social incluem uma gama variável de práticas que podem diferir de empresa para empresa na base de um conjunto de variáveis, tais como: as características do sector de actividade, os valores da empresa, a cultura da organização, a sua história específica, as suas relações com consumidores, os atributos das marcas que comercializa, entre outras.

A adopção destes comportamentos podem fazer parte de um novo conjunto de serviços que promoverá o desenvolvimento de uma cultura de organização, ao mesmo tempo transmitindo uma imagem institucional com atributos próprios que fortalecerão a sua reputação e credibilidade comerciais. Por outro lado, tais serviços aumentarão o prestígio das empresas em causa uma vez que as torna participantes activas do melhoramento das condições de vida nas comunidades onde operam.