



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
ANA PAULA SCHOTTEN NUNES

**RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA SOUZA CRUZ S.A.:
REALIDADE OU UTOPIA?**

Tubarão

2012

ANA PAULA SCHOTTEN NUNES

**RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA SOUZA CRUZ S.A.:
REALIDADE OU UTOPIA?**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial obtenção do título Bacharel em Direito.

Linha de pesquisa: Justiça e Sociedade

Orientadora: Greyce Ghisi Luciano Cabreira, Esp.

Tubarão

2012

ANA PAULA SCHOTTEN NUNES

**A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA SOUZA CRUZ S.A.:
REALIDADE OU UTOPIA?**

Esta monografia foi julgada adequada à obtenção do título de bacharel em Direito e aprovada em sua forma final pelo Curso de Direito da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Tubarão/SC, 21 de junho de 2012.

Prof.^a e Orientadora Greyce Ghisi Luciano Cabreira, Esp.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Lauro José Ballock, Me.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof.^a Patrícia Müller, Ma.
Universidade do Sul de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Ao Pai Celestial, como grande arquiteto do aperfeiçoamento humano e da felicidade, em primeiro lugar, por haver disponibilizado as energias indispensáveis para a decidida luta por meus ideais.

Ao meu pai, Anselmo, que hoje não faz mais parte desse mundo, mas continua e será sempre a minha inspiração, um modelo de pessoa a ser perseguida, de honestidade, de amor ao próximo e, sobretudo, durante a sua existência na vida terrena, por ter me apoiado em todos os momentos da minha vida.

A minha mãe Norma, pela dádiva da vida, como uma benção suprema, por compreender e apoiar nas diversas etapas do aperfeiçoamento que se conclui, e, ainda pelo amor dispensado nos momentos de maiores dificuldades, ensinando a nunca desistir, incentivando para que a concretização de meus sonhos fosse viabilizada.

Ao meu esposo, Douglas, por estar sempre ao meu lado em todos estes anos, mesmo nos momentos mais difíceis, pela compreensão na minha ausência e oscilações de humor, principalmente, na construção do presente trabalho, onde tivemos que abdicar de muitas coisas, para que fosse possível o alcance deste objetivo.

Aos meus filhos, Arthur e Daniel, razões de minha existência, de um amor incondicional inigualável, que a cada sorriso, renova as forças para seguir adiante.

Aos meus irmãos Clodoaldo e, em especial ao Júnior, pela presença no vencimento das diversas etapas deste degrau que alcanço, apoiando e incentivando em qualquer circunstância. Obrigada pelo incentivo, pelas conversas que aliviaram toda a angústia para a construção deste trabalho.

A meus sogros, Volnei e, em especial a Neuza pelo apoio e incentivo, onde sempre se dispôs a cuidar de meus filhos para que pudesse concluir esta etapa de conhecimento.

A Mestra que se dispôs a me orientar com soberana e absoluta maestria, na elaboração deste trabalho, professora e advogada Greyce Ghisi Luciano Cabreira, que de forma competente, com absoluta simplicidade, com dedicada atenção me ajudou a ser mais confiante e segura na construção deste trabalho, demonstrando-se além de orientadora, uma verdadeira e ímpar amiga.

Enfim, a todos os meus amigos e colegas que me auxiliaram em todos os momentos mais difíceis da graduação.

Muito obrigada!

RESUMO

O presente trabalho monográfico versa sobre a responsabilidade social empresarial. A análise do tema teve seu enfoque na nova empresarialidade incorporada no ordenamento jurídico com o advento do Código Civil de 2002, que inseriu a teoria da empresa, fundada no princípio da função social da empresa. O objetivo deste estudo busca a análise da responsabilidade social empresarial, identificando as suas dimensões no Direito Constitucional e Direito Civil Brasileiro. Para a sua realização, utilizou-se o método dedutivo, monográfico quanto ao procedimento e quanto a pesquisa foi documental. Para tanto, utilizou-se um aprofundamento teórico em pesquisa bibliográfica em livros, jurisprudências, meios eletrônicos e artigos. Percebeu-se que uma empresa se torna socialmente responsável, na grande maioria das vezes, por imposições externas, seja na esfera legislativa, judiciária ou pela própria imagem positiva que tal atitude gera na sociedade/clientes e, ainda, a autodenominação que a corporação tem em titular-se como socialmente responsável deve ser verificada, uma vez que, por outro lado, existem lesões a direitos, que mostram uma dicotomia entre as atitudes e a sua imagem. Estes resultados demonstram uma utopia entre o que se fala e o que se faz. Este fato não deve ser levado no sentido ruim, pois, de qualquer forma, as empresas estão cumprindo o seu papel, em desenvolver projetos visando o bem comum.

Palavras-chave: Empresa. Responsabilidade Social. Princípio. Sociedade.

ABSTRACT

This monograph deals with corporate social responsibility. The analysis of the theme had its focus on entrepreneurship incorporated into the new legal system with the advent of the Civil Code of 2002, which entered the theory of the firm, founded on the principle of the social function of the company. This study seeks to analyze corporate social responsibility, identifying its dimensions in Constitutional Law and Civil Law Brazilian. For its implementation, we used the deductive method, monograph on the procedure and how the research was documentary. For this purpose, we used a theoretical research on books, jurisprudence, electronic media and articles. It was noticed that a company becomes socially responsible, in most cases, by external impositions, whether in the legislative, judicial or by the positive image that generates such an attitude in society / customers, and also the self that the corporation has in holder as socially responsible must be checked, since, on the other hand, the lesions are right, showing a dichotomy between the attitudes and its image. These results demonstrate a utopia between what one says and what one does. This fact should not be taken as meaning bad, because, in any way, companies are fulfilling their role in developing projects for the common good.

Keywords: Company. Social Responsibility. Principle. Society.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Proteção de direitos Humanos	46
Quadro 02 – Não Participação da empresa na violação dos direitos humanos	47
Quadro 03 – Apoio a liberdade de Associação e reconhecimento do direito a negociação coletiva	47
Quadro 04 – Eliminação do trabalho compulsório.....	48
Quadro 05 – Erradicação do trabalho infantil	48
Quadro 06 – Igualdade de remuneração e eliminação de discriminação laboral	48
Quadro 07 – Prevenção para os desafios ambientais.....	49
Quadro 08 – Iniciativas de responsabilidade ambiental	49
Quadro 09 – Desenvolvimento de tecnologias ambientalmente sustentáveis	50

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	09
1.2 JUSTIFICATIVA	10
1.3 OBJETIVOS	10
1.3.1 Objetivo geral	10
1.3.2 Objetivos específicos	10
1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	11
1.5 DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO: ESTRUTURA DOS CPÍTULOS	12
2 A NOVA EMPRESARIALIDADE À LUZ DO CÓDIGO CIVIL DE 2002	13
2.1 PRINCÍPIO DA PRESERVAÇÃO DA EMPRESA	20
2.2 PRINCÍPIO DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA	21
3 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL	24
3.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA MUNDIAL	24
3.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL	29
3.3 EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	31
3.4 A VISÃO ATUAL DA RESPONSABILIDADE SOCIAL	35
3.5 A TEORIA DOS STAKEHOLDERS	38
3.6 TIPOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	39
3.6.1 Responsabilidade econômica	39
3.6.2 Responsabilidade legal	40
3.6.3 Responsabilidade ética	40
3.6.4 responsabilidade discricionária ou filantrópica	40
3.7 A ISO 26000: UMA NORMA PARA A RESPONSABILIDADE SOCIAL	40
4 A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA SOUZA CRUZ S.A.	52
4.1 SOUZA CRUZ S.A.	52
4.1.1 Histórico da Souza Cruz S. A.	52
4.1.2 Visão e Valores da Souza Cruz	54
4.1.2.1 Dos princípios adotados pela Souza Cruz S.A	55
4.1.3 Responsabilidade social	56

4.2 O PRINCÍPIO DA FUNÇÃO SOCIAL NO CONTEXTO EMPRESARIAL DA SOUZA CRUZ S.A	71
4.3 A DICOTOMIA ENTRE A POLÍTICA DA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL X LESÃO A DIREITOS	72
4.3.1 Do direito fundamental à saúde x atividade lucrativa	72
4.3.2 Da lesão aos direitos da criança e adolescente e o uso do trabalho infantil	76
4.4 DA UTÓPICA VISÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	80
4.5 A VISÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO MARKETING EMPRESARIAL	82
5. CONCLUSÃO.....	85
REFERÊNCIAS	88
ANEXOS.....	91
ANEXO A – Acórdão nº 2009.061487-5.....	92
ANEXO B – Acórdão nº 2011.010317-3	103
ANEXO C – Acórdão nº 1.0024.06.207862-1	109
ANEXO D – Acórdão nº 2010.073008-7	114
ANEXO E – Acórdão nº 2007.047053-8	119
ANEXO F – Acórdão nº 97107	126
ANEXO G – Acórdão nº 70016845349	134
ANEXO H – Extrato do processo 9228-2007	137
ANEXO I – Sentença processo nº 9228-2007	140
ANEXO J – Extrato processo 966-92.2010.5.10.0006	142

1 INTRODUÇÃO

As transformações socioeconômicas dos últimos tempos têm afetado de forma substancial o comportamento de empresas, que 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, denota-se mudança de situação comportamental, no que tange a sua responsabilidade. Em função da capacidade criativa já existente e dos recursos financeiros e humanos já disponíveis, as empresas atuais têm uma intrínseca responsabilidade social.

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

A ideia de responsabilidade social é relativamente recente. Com o surgimento de novas demandas e maior pressão por transparência nos negócios, empresas se veem forçadas a adotar uma postura mais responsável em suas ações.

Com o advento da nova empresarialidade, este tema ganhou mais destaque, no meio jurídico, onde as empresas exercem a sua função social, preocupando-se mais com o meio social, tanto no meio econômico, quanto no meio ambiental.

Por ser instituição relativamente nova no universo econômico, configurando-se como legítima expressão da Revolução Industrial, é ainda mais impressionante a importância assumida pela empresa na sociedade contemporânea. Sem dúvida, tal relevância, fruto do dinamismo e do poder de transformação do regime empresarial, se expressa pelas mais distintas maneiras, dentre as quais cumpre ressaltar a criação de uma extensa rede de interação e de interdependência entre agentes econômicos assalariados e não assalariados que gravitam em torno dos empreendimentos empresariais, a grande parcela de bens e serviços produzidos por aqueles e consumidos pela população, além da significativa fração das receitas provinda do exercício dessa atividade.

Imperioso salientar que as atividades de Responsabilidade Empresarial podem contribuir para a promoção da imagem empresarial, além do mais, pode ser um potencial fator de aumento do valor e da competitividade da empresa.

A responsabilidade social é vista hoje como uma oportunidade de negócios e que, para isso, a empresa deve primeiramente conhecer o leque de necessidades que correspondem às suas competências e interesses.

1.2 JUSTIFICATIVA

Pesquisar significa um aprimoramento de conhecimento, com o intuito de atingir o estado da arte do tema escolhido. Por isso, é de suma importância realizar o Trabalho de Conclusão de Curso, através da monografia, exigido para obtenção parcial da graduação em Direito.

A escolha do tema surgiu com a disciplina de Direito Empresarial I, ministrada pela Professora Greyce Ghisi Luciano Cabreira, juntamente com o estágio extracurricular em escritório de advocacia, o qual tem como atividade principal, a assessoria empresarial.

O tema em destaque é de suma importância no cenário empresarial, pois o princípio da função social da empresa dita que esta deverá realizar suas funções de forma a satisfazer não só o interesse dos sócios, mas, acima de tudo, objetivando o interesse da sociedade e do meio ambiente. Tal posicionamento não afasta o objetivo lucro pelas empresas.

Nos dias atuais a empresa que atende e respeita a sociedade e o meio-ambiente é muito valorizada. O simples respeito aos funcionários, meio-ambiente e sociedade gera um reconhecimento para a empresa, e aumenta seus lucros. Assim, o lucro não é incompatível com a função social, e sim, representa uma consequência para a empresa que cumpre sua função.

A empresa que realiza suas atividades sem acarretar prejuízos a quem quer que seja, estará cumprindo a sua responsabilidade social. Não se pode admitir o lucro de uns que pressuponha prejuízo a alguém. Assim, a função social estará cumprida quando a empresa se relaciona com outros setores promovendo a solidariedade, a livre iniciativa e a justiça social, na qual realiza a busca do pleno emprego com a consequente redução das desigualdades sociais, além de preservar o meio-ambiente.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Analisar a responsabilidade social empresarial, identificando as suas dimensões no Direito Constitucional e no Direito Civil brasileiro.

1.3.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos da monografia são:

- a) Descrever conceito, natureza e evolução história da responsabilidade social sob o prisma da nova empresarialidade;
- b) Demonstrar a função social da empresa nos diplomas infraconstitucionais;
- c) Identificar a aplicação do princípio da função social da empresa na prática jurisdicional;
- d) Verificar como é exercida a responsabilidade Social da Empresa Souza Cruz S.A;
- e) Analisar quais motivos que levam a Souza Cruz S.A. a ser uma empresa socialmente responsável.

1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a realização desta monografia, utilizou-se o método dedutivo, onde se tem como o início uma ideia universal e, ao fim, chega-se à opinião particular, específica sobre o assunto abordado.

Dessa forma, partindo-se de premissas gerais acerca da definição e alcance da nova empresarialidade, obteve o embasamento necessário para chegar-se à conclusão específica sobre a responsabilidade social da empresa Souza Cruz S.A. na prática jurisdicional.

Quanto ao método de procedimento, utilizou-se o método monográfico, estudando-se de maneira exaustiva todos os ângulos referentes à responsabilidade social da empresa e, conseqüentemente, como é desenvolvido na Souza Cruz S.A., em todos os seus aspectos, uma vez que se buscou realizar um estudo minucioso, contextualizado, amplo e profundo sobre a função social da empresa no Direito Constitucional e no Direito Civil.

O presente trabalho, quanto ao nível, o procedimento foi exploratório, quanto à abordagem, qualitativa, buscando no site da empresa, as ações que a mesma desenvolve quanto à responsabilidade social e, quanto ao procedimento, bibliográfico e documental, no sentido de buscar exaustivamente em obras e jurisprudências no que concerne ao tema estudado.

1.5. DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO: ESTRUTURA DOS CAPÍTULOS

O trabalho divide-se, sistematicamente, em três capítulos, com o intuito de propiciar uma melhor compreensão ao tema.

O primeiro capítulo abordará a nova empresarialidade à luz do Código Civil de 2002, que trouxe ao ordenamento jurídico, dois novos princípios: a preservação da empresa e a função social da empresa.

No segundo capítulo, está disposto um aprofundamento teórico sobre a responsabilidade social, termo trazido pelo princípio da função social da empresa.

Já no terceiro e último capítulo, aponta-se sobre a responsabilidade social da empresa Souza Cruz S. A., uma grande organização é considerada socialmente responsável, mas que tem como produto final, o cigarro, que traz grandes males à saúde, sendo uma ofensa ao princípio da dignidade da pessoa humana.

2 A NOVA EMPRESARIALIDADE À LUZ DO CÓDIGO CIVIL DE 2002

Analisar-se-á seguir, a nova empresarialidade sob a ótica da Lei nº 10.406/2002, que é considerada um marco de mudanças dentro das relações empresariais e tem despertado maior interesse do empresariado atual, nas questões relacionadas à responsabilidade social.

Com a globalização e os avanços tecnológicos, a empresa como coração da sociedade contemporânea possui grande influência e participação no atual cenário econômico, constituindo a célula fundamental de todo o desenvolvimento industrial.¹

Até o advento do Código Civil de 2002, o estopim motivador das empresas era a obtenção pura e simplesmente de lucro, baseado num caráter altamente individualista por conta das atividades empresariais.

A nova empresarialidade trazida pela Lei nº 10.406/2002 ocasionou mudanças desse paradigma, na qual disponibilizou a discussão sobre a possibilidade de uma implementação ética e social dentro das empresas.

É notório que, na atualidade, a ética virou fator que agrega valor à sociedade empresária ou ao empresário individual, na qual incentiva a busca de formas de conduta e padrões éticos dentro de suas respectivas empresas.

A atividade empresarial começa a ser analisada pela maneira como age a empresa e desses atos vem a se destacar das demais.

Diante desse contexto, a realização de considerações e reflexões quanto à nova empresarialidade se torna imprescindível para a presente monografia.

Segundo Simão Filho, a palavra empresarialidade pode ser entendida como

[...] a atividade empresarial em movimento constante e sucessivo, não importa se exercida pela sociedade simples ou empresária ou pelo empresário individual e o inter-relacionamento desta com os fornecedores, mercado consumidor, mercado de valores imobiliários, agentes econômicos diversificados, trabalhadores, meio ambiente, e, finalmente com relação aos próprios sócios e acionistas, gerando uma sinergia completa que culmina em vivificar a empresa e agregar valor.²

¹ MACHADO, Daniel Carneiro. O novo Código Civil brasileiro e a teoria da empresa. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 7, n. 56, 1abr. 2002. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/2901>>. Acesso em: 18 março 2012.

² SIMÃO FILHO, Adalberto. Nova empresarialidade. Revista Curso Dir. Cent. Univ. Fac Metrop. Unidas – UniFMU, São Paulo, ano 17, n. 25, 2003, p. 11.

A nova empresarialidade surge com a finalidade de renovar a atividade empresarial que até então vige, com caráter individualista.

Pode-se dizer neste contexto, que, com a promulgação do novo Código Civil Brasileiro – Lei 10.406, de 10.01.2002, marcou-se definitivamente o abandono do sistema tradicional baseado no comerciante e no exercício profissional da mercancia, substituindo-os pelo sistema do empresário e da atividade empresarial.³

Essa nova visão da atividade empresarial imbuídos de princípios e valores, também nasce como advento da necessidade da época em que se vive, uma vez que a ética é um dos assuntos pautados em várias mesas de discussões, não fugindo à regra do mundo empresarial.

Neste sentido, afirma Simão Filho que:

A adoção de padrões éticos e comportamentais por parte dos sócios, administradores e da própria pessoa jurídica, ligados a princípios que levam em conta valores-objetivos diferentes daqueles que até então norteavam o curso do comércio voltado para o lucro, se refletirá no campo jurídico da atividade empresarial contemporânea, desenvolvida no seio da sociedade da informação.⁴

Contudo, essa nova maneira de “empresariar” não tem como único fulcro agregar valor, ou tornar a empresa mais visada aos olhos externos, aliás, é extremamente importante, o resultado interno resultante de uma gestão diferenciada, que, por exemplo: promove o bem estar dos funcionários, que, por consequência, poderão ter um rendimento aprimorado e mais efetivo, o que resultará em um melhor rendimento da empresa, mas atento de que o objetivo final desta mudança não é apenas o lucro pessoal por parte da empresa, mas sim, consequência, por conta desta maneira diferenciada de gerir.

Portanto, tem-se herdionalmente que o empresariado brasileiro está submetido a princípios jurídicos que transcendem o âmbito próprio de seu objeto.

É possível explorar o agir jurídico por sua qualidade de expressão e compreensão estéticas: o jurista, o bom jurista, é – e pode e deve ser – um artista que trabalha com os fatos, com os conflitos, incrustando-lhes normas e princípios jurídicos para, assim, ter por obra uma solução boa, equânime, justa.⁵

³ MACHADO, loc. Cit.

⁴ SIMÃO FILHO, 2003, p. 24.

⁵ MAMEDE, Gladston. Direito Empresarial Brasileiro: Empresa e Atuação empresarial, volume 1 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008, p. 42.

E, nessa conjectura, compreender o Direito apenas com uma interpretação de regras positivadas traz uma noção superficial da matéria, sendo necessário buscar subsídios que preencham as lacunas deixadas pelas leis. Assim, surgem os princípios que sustentam todo o ordenamento jurídico, e, como o direito empresarial faz parte deste arsenal, e do objeto de estudo da presente monografia, torna-se imprescindível conhecer os princípios inerentes a este ramo do direito.

A partir disso, far-se-á um levantamento dos princípios intrínsecos que regem o Direito Empresarial, com ênfase ao Princípio da Função Social da Empresa e da Preservação da Empresa que mais se aproximam do presente estudo.

Antes da promulgação do Código Civil de 2002, o Direito Empresarial tinha como base em suas atividades somente os princípios da livre iniciativa, da livre concorrência.

O princípio da Livre Iniciativa é considerado o elemento intrínseco para o direito empresarial.

Deve-se interpretar a alusão ao exercício profissional da atividade econômica organizada, tal como disposto no artigo 966⁶ do Código Civil, como atuação na busca da vantagem econômica, da produção de riqueza e, melhor, da obtenção de lucro, ou seja, de remuneração para o capital investido na empresa.⁷

Este princípio está esculpido no artigo 1º, IV, da Constituição Federal, juntamente com os valores sociais do trabalho.

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos: I - a soberania; II - a cidadania; III - a dignidade da pessoa humana; **IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa**; V - o pluralismo político. Parágrafo único. Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição.

A união destes princípios no mesmo inciso não é por acaso, visto a sua indissociação num Estado Democrático de Direito, porque o trabalho é uma atividade humana que, em regra, visa a realizar a produção e circulação de bens e serviços, e a livre iniciativa é o que legitima o direito à liberdade de organizar uma atividade econômica, na qual possibilita o exercício do trabalho.

Livre iniciativa é a liberdade social e limitada pelo Estado, apenas para estabelecer parâmetros de atuação empresarial para tutelar direitos sociais. Toda pessoa física e

⁶ Art. 966. Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços. Parágrafo único. Não se considera empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa.

⁷ MAMEDE, 2008, p..42.

ou jurídica que atuar como fator de produção te liberdade para escolher a atividade empresarial (CF, art. 5º, XIII), que irá desempenhar, sem qualquer autorização estatal, exceto como mais adiante veremos, nas hipóteses legais. Deveras, prescreve a Carta Magna, no artigo 170, parágrafo único, que “é assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei”.⁸

A finalidade do trabalho humano e da livre iniciativa é assegurar a todos uma existência digna. Por este motivo, o Estado deve promover políticas que visem a trazer uma existência digna, o que nos traz a ideia de que o Estado deve usar a justiça social como parâmetro de atuação sobre a ordem econômica.

O princípio da livre iniciativa⁹ garante ao empresário a liberdade de agir, assim como garante ao trabalhador o respeito por seu trabalho, reforçado pelo disposto no artigo 170, parágrafo único, da Carta Magna, assegura a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo em casos previstos em lei.¹⁰

O empresário e a sociedade empresária desenvolvem suas atividades protegidos constitucionalmente, desde que sejam lícitos os seus objetos sociais, de direito (aquele que foi inscrito em seus atos constitutivos) e de fato (aqueles que efetivamente são realizados no cotidiano da empresa). Essa proteção constitucional afirmada sob a forma de fundamento do Estado Democrático de Direito (artigo 1º, IV) e da ordem econômica nacional (artigo 170, *caput*), traduz a regularidade da finalidade econômica da empresa, ou seja, do fim genérico de todas as empresas, que é a produção de sobre valor, de lucro, e, mais do que isso, a constitucionalidade do investimento do capital, mesmo sem desempenho de trabalho, com o fito de remunerar-se, por meio da respectiva *distribuição de dividendos*.¹¹

Ao interpretá-lo, denota-se a possibilidade que visa a todo indivíduo o exercício quaisquer atividades empresariais, desde que seja tanto para produção de bens lícitos quanto para prestação de serviços.

Quando funda a ordem econômica na liberdade de iniciativa e, mitigando-a associa-a a valores aos quais confere igual importância como elemento estruturador dessa

⁸ DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro: direito de empresa**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p.42.

⁹ [...] o **empresário que constitui uma empresa voltada à prestação de serviço público funerário ampara-se no princípio constitucional da livre iniciativa e livre concorrência para constituir a sua empresa. Isso não corresponde à disposição de ampla liberdade para prestação daquele serviço, justamente porque é concessionário de um serviço público. E quanto a esse nem ao menos o Poder Público tem liberdade.**

Presta-o porquê tem de, não porque assim quer ou como decide, de resto, a concessão, como realçado antes, dá-se segundo previsto na lei a que se remete a Constituição (artigo 175, parágrafo único - "a lei disporá sobre..."), razão pela qual, não procede a alegação de inconstitucionalidade por ofensa aos princípios da livre iniciativa e livre concorrência.[...] texto retirado da Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2009.061487-5 Relator: Carlos Prudêncio. **Origem:** Jaraguá do Sul, de 09/02/2012. Disponível em

<http://app6.tjsc.jus.br/cposg/pcpoResultadoConsProcesso2Grau.jsp#> . Acesso em 12 março 2012

¹⁰ MAMEDE, 2008, p. 43.

¹¹ Ibid, p. 45 e 46.

ordem (proteção do meio ambiente, do consumidor, função social da propriedade ET.), a Constituição Federal reserva aos empresários a tarefa de serem os principais agentes de atendimento às necessidades e querências de todos nós. No capitalismo, tudo o que precisamos e queremos (roupas, alimentos, transportes, lazer, educação, saúde etc), em geral, só podemos ter se uma ou algumas pessoas, entre nós, se dispuserem a investir na organização de uma empresa destinada a produzir e fornecer o bem ou serviço almejado. No capitalismo, os bens e serviços, essenciais ou não, são produzidos e comercializados, em sua expressiva maioria, por empresas exploradas por particulares.¹²

Pode-se afirmar, portanto, que o princípio da livre iniciativa é o grande responsável pela existência de empresas que visam à satisfação das necessidades humanas e por oportunizar o empreendedorismo por parte dos empresários.

Toda empresa, que exerce atividade econômica, possui a garantia de concorrer livremente entre si, sem intervenção estatal. Neste sentido, o Estado não pode proibir ou discriminar injustamente uma atividade econômica por si só, sem fundamentos justos, mas sim, por outro lado, deve promover incentivos, principalmente os fiscais às empresas que estejam cumprindo requisitos legais, atuando em áreas de manutenção da sobrevivência humana e encorajando outros atores financeiros à atuação pelos ditames legais.

Com forte ligação ao princípio da livre iniciativa, a seguir outro princípio relevante para o direito empresarial, o princípio da livre concorrência.

A livre concorrência, oriunda de atuação profissional, é a liberdade dada aos empresários para exercerem suas atividades segundo seus interesses, limitadas somente pelas leis econômicas, porem norteadas pelo princípio da boa-fé objetiva. Trata-se da opção de uma forma de competição (leal e lícita) com os demais fatores econômicos dos que exercem a mesma atividade no mercado.¹³

Com fundamento no artigo 170, IV da Constituição Federal¹⁴, se justificou a edição da Lei nº 8.884/94, que dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a

¹² COELHO, Fábio Ulhoa. Princípios do Direito Comercial: com anotações ao projeto de código comercial. São Paulo: Saraiva, 2012, p. 31-32.

¹³ DINIZ. 2009, p. 42.

¹⁴ Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

- I - soberania nacional;
- II - propriedade privada;
- III - função social da propriedade;
- IV - livre concorrência;
- V - defesa do consumidor;
- VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;
- VII - redução das desigualdades regionais e sociais;
- VIII - busca do pleno emprego;
- IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País.

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

ordem econômica, orientada pelos ditames constitucionais de liberdade de iniciativa, livre concorrência, função social da propriedade, defesa dos consumidores e repressão ao abuso do poder econômico.

Embora seja um princípio jurídico que oriente o Direito Empresarial, mormente no âmbito das práticas mercantis e dos contratos por meio dos quais ela se concretize, a livre concorrência é matéria que se submete especificamente ao Direito Econômico, disciplina jurídica autônoma, e, no âmbito deste, ao chamado Direito Concorrencial. Todavia, são disciplinas que se avizinham em função do objeto e dos efeitos, sendo indispensável ao jurista empresarialista, assim como a empresários, administradores societários, gerentes e outros prepostos, manter em linha de constante consideração que a liberdade para emprestar, incluindo celebrar contratos mercantis, está marcada pelo princípio da concorrência livre.¹⁵

O princípio da livre concorrência¹⁶ possibilita ao empresário dispor sobre seus produtos e serviços conforme seja melhor para sua empresa e a sociedade.

No direito comercial, o princípio constitucional da liberdade de concorrência implica, em primeiro lugar, a coibição de determinadas práticas empresariais, incompatíveis com sua afirmação. Tais práticas são as de concorrência ilícita e classificam-se em duas categorias: de um lado, há as que implicam risco ao regular funcionamento da economia de livre mercado, e são coibidas como infração da ordem econômica; de outro, as que não implicam tal risco, restringindo-se os efeitos da prática anticoncorrencial à lesão dos interesses individuais dos empresários diretamente envolvidos, e configuram concorrência desleal.¹⁷

Entretanto, existe outra esfera na atuação deste princípio no direito empresarial, que não diz respeito à coibição de práticas empresariais, mas que rege a liberdade contratual de atuação dos empresários no que tange a suas relações contratuais.

A liberdade para agir econômica e juridicamente não se limita à liberdade de ação empresarial, ou seja, liberdade para desempenhar atividade econômica constante, mas igualmente a liberdade obrigacional e negocial. Essa liberdade é assegurada

¹⁵ MAMEDE, 2008, p. 53.

¹⁶ REEXAME NECESSÁRIO E APELAÇÃO CÍVEL EM MANDADO DE SEGURANÇA - EMPRESAS DESTINADAS AO COMÉRCIO VAREJISTA - AUTO DE INTIMAÇÃO DETERMINANDO A PROIBIÇÃO DO COMÉRCIO DE ÓCULOS SOLARES PELAS IMPETRANTES - PORTARIA MUNICIPAL QUE VEDA A SUA COMERCIALIZAÇÃO POR ESTABELECIMENTOS QUE NÃO SEJAM CLASSIFICADOS COMO ÓTICAS REGULARES - MEIO INADEQUADO PARA CRIAÇÃO DE RESTRIÇÃO AO EXERCÍCIO DA LIBERDADE INDIVIDUAL DOS PARTICULARES - VÍCIO FORMAL - REPETIÇÃO DO TEOR DE LEI MUNICIPAL DECLARADA INCONSTITUCIONAL PELA CORTE DE JUSTIÇA CATARINENSE POR AFRONTA À LIBERDADE DE COMÉRCIO - INAPLICABILIDADE DO DECRETO-FEDERAL N. 24.492/34 E DO DECRETO-LEI N. 8.829/46, UMA VEZ QUE NÃO RECEPCIONADOS PELA CONSTITUIÇÃO FEDERAL NO QUE TANGE À VEDAÇÃO AO COMÉRCIO DE ÓCULOS DE SOL SEM GRAU - PREVALÊNCIA DO PRINCÍPIO DA LIVRE CONCORRÊNCIA - DIREITO LÍQUIDO E CERTO DAS IMPETRANTES DE COMERCIALIZAR OS PRODUTOS EM QUESTÃO - CONCESSÃO DA SEGURANÇA - SENTENÇA MANTIDA - REMESSA E RECURSO DESPROVIDOS. Apelação Cível em Mandado de Segurança nº 2011.010317-3, relator Cid Goulart, de Joinville, órgão julgador: Segunda Câmara de Direito Público, em 10/01/2012, Juiz Prolator: Maurício Cavallazzi Póvoas, disponível em <http://app6.tjsc.jus.br/cposg/pcpoResultadoConsProcesso2Grau.jsp#> acesso em 16 março 2012

¹⁷ COELHO, 2012, p. 34-35.

constitucionalmente, conforme dispõe o artigo 5º, II, da CF¹⁸, onde ninguém está obrigado a fazer ou deixar de fazer algo senão em virtude de lei.¹⁹

Assim, a liberdade de contratar da atividade empresarial encontra limites no artigo 421 do Código Civil. O ato de contratar, a escolha do respectivo parceiro e o estabelecimento do conteúdo do contrato se sujeita à vontade dos contratantes, os quais poderão estabelecer novos tipos contratuais, além dos já existentes, desde que observadas as normas gerais legalmente prescritas.

Denota-se com a inserção da teoria da empresa, no direito brasileiro a liberdade de contratar restou relativizada pela boa-fé objetiva e função social dos contratos²⁰, conforme consagram os dispositivos abaixo elencados no Código Civil Brasileiro:

Art. 421. A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato.

Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.

Art. 423. Quando houver no contrato de adesão cláusulas ambíguas ou contraditórias, dever-se-á adotar a interpretação mais favorável ao aderente.

Art. 424. Nos contratos de adesão, são nulas as cláusulas que estipulem a renúncia antecipada do aderente a direito resultante da natureza do negócio.

Art. 425. É lícito às partes estipular contratos atípicos, observadas as normas gerais fixadas neste Código.

Art. 426. Não pode ser objeto de contrato a herança de pessoa viva.

A liberdade de negociar permite que as empresas criem modalidades de negócios, desde que respeitados os ditames jurídicos, passando-se a valorizar as relações sociais.

¹⁸ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição;

II - ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei; (...)

¹⁹ MAMEDE, 2008, p.46.

²⁰ EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL- AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER- CONTRATO DE SEGURO DE VIDA- VIGENCIA ANUAL- NÃO RENOVAÇÃO-POSSIBILIDADE- COMUNICAÇÃO PREVIA AO SEGURADO- BOA-FÉ OBJETIVA- DIREITO ADQUIRIDO - INEXISTÊNCIA Não tem o segurado direito adquirido à manutenção das condições estipuladas em contrato de seguro de vida, podendo a seguradora, lícitamente, suprimir ou modificar as condições contratuais no momento da renovação. Havendo prévia comunicação ao segurado acerca da não intenção de renovar o contrato, não pode a seguradora ser compelida a se manter vinculada aos mesmos termos da apólice anterior, devendo prevalecer os princípios da liberdade de contratar, autonomia privada, boa-fé objetiva e função social dos contratos. Apelação Cível nº 1.0024.06.207862-1/002, de Belo Horizonte. Apelante: Sílvio Elias. Apelado: Sul America Seguros Vida e Previdência S/A. Relator: Luciano Pinto. Disponível em http://www.tjmg.jus.br/juridico/jt_/inteiro_teor.jsp?tipoTribunal=1&comrCodigo=24&ano=6&txt_processo=207862&complemento=2 Acesso em 22 março de 2012.

Após a edição do Código Civil de 2002, que trouxe consigo a nova empresarialidade, o atual ordenamento jurídico empresarial ganhou dois novos princípios com o escopo de reorientar as relações jurídicas empresariais.

2.1 DO PRINCÍPIO DA PRESERVAÇÃO DA EMPRESA

A função social da empresa, que será analisada posteriormente, é consequência deste princípio, pois é preciso preservá-la para que possa cumprir a sua função social.²¹

Quando se assenta, juridicamente, o princípio da preservação da empresa, o que se tem em vista é a proteção da *atividade econômica*, como objeto de direito cuja existência e desenvolvimento interessam não somente ao empresário, ou aos sócios da sociedade empresária, mas a um conjunto bem maior de sujeitos. Na locução identificadora do princípio, “empresa” é conceito de sentido técnico bem específico e preciso. Não se confunde nem com o seu titular (“empresário”), nem com o lugar em que é explorada (“estabelecimento empresarial”). O que se busca preservar, na aplicação do princípio da preservação da empresa, é, portanto, a atividade, o *empreendimento*.²²

O princípio da preservação da empresa²³ encontra larga apreciação no campo do direito falimentar, possibilitando ao seu operador proteger os interesses sociais em benefício

²¹ MAMEDE, 2008, p. 56.

²² COELHO, 2012, p. 40.

²³ **RECUPERAÇÃO JUDICIAL. SUSPENSÃO DAS AÇÕES E EXECUÇÕES INDIVIDUAIS MOVIDAS EM FACE DA DEVEDORA. PRORROGAÇÃO DO PRAZO ALÉM DOS 180 (CENTO E OITENTA) DIAS PREVISTOS NO ART. 6º, § 4º, DA LEI N. 11.101/2005 JÁ DEFERIDA EM DUAS OPORTUNIDADES. IMPOSSIBILIDADE DE ADIAMENTO ATÉ A REALIZAÇÃO DA ASSEMBLEIA GERAL DE CREDORES, EVENTO FUTURO E COM DATA INCERTA. RECURSOS A QUE SE EMPRESTA PROVIMENTO.**

"Superado o prazo de suspensão previsto no art. 6º, §§ 4º e 5º, da Lei nº 11.101/05, sem que tenha havido a aprovação do plano de recuperação, devem as ações e execuções individuais retomar o seu curso, até que seja aprovado o plano ou decretada a falência da empresa.

O legislador concatenou o período de suspensão de 180 dias com os demais prazos e procedimentos previstos no trâmite do próprio pedido de recuperação, que deve primar pela celeridade e efetividade, com vistas a evitar maiores prejuízos aos trabalhadores e à coletividade de credores, bem como à própria empresa devedora. A função social da empresa exige sua preservação mas não a todo custo. A sociedade empresária deve demonstrar ter meios de cumprir eficazmente tal função, gerando empregos, honrando seus compromissos e colaborando com o desenvolvimento da economia, tudo nos termos do art. 47 da Lei nº 11.101/05. Nesse contexto, a suspensão, por prazo indeterminado, de ações e execuções contra a empresa, antes de colaborar com a função social da empresa, significa manter trabalhadores e demais credores sem ação, o que, na maioria das vezes, terá efeito inverso, contribuindo apenas para o aumento do passivo que originou o pedido de recuperação. Outrossim, uma vez aprovado o plano de recuperação, não se faz plausível a retomada das ações e execuções individuais após o decurso do prazo legal de 180 dias, pois nos termos do art. 59 da Lei nº 11.101/05, tal aprovação implica novação.

Em situações excepcionais, a serem oportunamente enfrentadas por esta Corte, a regra pode comportar exceções. Todavia, o temperamento banalizado e desmedido do prazo de suspensão pode, desde já, importar retrocesso para o drama vivido na época das intermináveis concordatas, que o legislador procurou sepultar" (AgRg no CC n. 110250/DF, rel.ª Min.ª Nancy Andrighi, j. 8-9-2010). Agravo de Instrumento n.2010.073007-0 Relator: Jorge Luiz de Borba.Lages. Segunda Câmara de Direito Comercial. 25/08/2011 Disponível em <http://app6.tjpc.jus.br/cposg/pcpoResultadoConsProcesso2Grau.jsp#>. Acesso em 22 março 2012

da comunidade, como forma de tutela dos direitos humanos, e, em particular, da dignidade da pessoa humana.²⁴

A conservação da empresa deve ser pensada e considerada mesmo apesar de seu titular, quando isso se fizer necessário e, concomitantemente, juridicamente possível, a exemplo da transferência da empresa na falência, a de desapropriação da empresa. Ainda assim, é preciso reconhecer que o princípio da preservação da empresa implica a percepção, em muitos casos, da indispensabilidade da preservação societária; de fato, embora com a Lei 10.406/02 (Código Civil) e com a Lei 11.101/05 (Lei de Falências e Recuperação de Empresas) se tenha estabelecido que a empresa seja um ente autônomo, diverso da pessoa de seu titular (empresário ou sociedade empresária), não se chegou ao extremo de atribuir-lhe personalidade jurídica. A empresa é, sim, um ente, mas não é uma pessoa jurídica. Justamente por isso, a extinção da sociedade empresária implicará a extinção da empresa.²⁵

A atividade empresarial representa hoje um dos principais pilares da economia moderna, ao passo que, através dela, são gerados de postos de trabalho; recolhimentos tributários; fornecimento de produtos e serviços em geral; além de se o propulsor do sistema da livre concorrência; dentre muitas outras funções.

2.2 PRINCÍPIO DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA

O princípio da função social da empresa decorre do princípio constitucional da função social da propriedade, e a ele está intimamente vinculado.

Quando se avalia a questão da proteção da propriedade privada em contraste com o princípio da função social da propriedade sob a ótica constitucional estabelecida no art. 170, II e III, constata-se que entre estes dois institutos jurídicos há tênues limites impostos em razão do que estabelece o caput deste artigo ao disciplinar que a ordem econômica é fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tendo por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social e princípios relacionados.²⁶

Este princípio remete-se ao interesse de que a sociedade, organizada em Estado, tem sobre a atividade econômica organizada, mesmo que seja privada, regida por tal regime jurídico.

A empresa é tomada, assim, como vetor eficaz para a preservação e obtenção da dignidade da pessoa humana, designadamente dos cidadãos brasileiros (artigo 1º, I a III, da Constituição), embora não limitada a esses. Isso, porém, sem descambar para

²⁴ PERIN JÚNIOR, Ecio. Preservação da Empresa na Lei de Falências – São Paulo: Saraiva, 2009 p. 34.

²⁵ MAMEDE, 2008, p. 57.

²⁶ HUSNI, Alexandre. Empresa Socialmente Responsável – Uma abordagem jurídica e multidisciplinar. São Paulo: Quartier Latin, 2007 p. 76.

o desrespeito absoluto aos empreendedores (empresários ou sócios de sociedades empresárias); os valores sociais do trabalho da livre iniciativa e, também assim, coloca-se o imperativo de assegurar-se a dignidade da pessoa humana.²⁷

A função social da empresa reside não em ações humanitárias efetuadas pela empresa, mas sim no pleno exercício da atividade empresarial, ou seja, na organização dos fatores de produção (natureza, capital e trabalho) para criação ou circulação de bens e serviços.

A função social da empresa seria o ideal a ser perseguido juntamente com a busca de resultados (onde se insere, por óbvio, o lucro), e os caminhos para tal conquista são os mais diversos.²⁸

O empresário e a sociedade empresária deverão ter o poder-dever de agir a serviço da coletividade no desenvolvimento de sua atividade.²⁹

A função social da empresa implica fazer com que os outros participem dos benefícios da propriedade, para que os bens realizem a sua destinação, qual seja, proporcionar, sempre em primeiro lugar, mediante essa função, a propriedade humana para todos.³⁰

Cumpra sua função social a empresa que gera empregos, tributos e riqueza, contribui para o desenvolvimento econômico, social e cultural da comunidade em que atua, de sua região ou do país, adota práticas empresariais sustentáveis visando à proteção do meio ambiente e ao respeito aos consumidores. Se sua atuação é consentânea com estes objetivos, e se desenvolve com estrita obediência às leis a que se encontra sujeita, a empresa está cumprindo sua função social: isto é, os bens de produção reunidos pelo empresário na organização do estabelecimento empresarial estão tendo o emprego determinado pela Constituição Federal.³¹

Neste sentido, a função social da empresa encontra-se na geração de riquezas, manutenção de empregos, pagamento de impostos, desenvolvimentos tecnológicos, movimentação do mercado econômico, entre outros fatores, sem esquecer-se do papel importante do lucro, que deve ser o responsável pela geração de reinvestimentos que impulsionam a complementação do ciclo econômico realimentando o processo de novos empregos e novos investimentos.

²⁷ MAMEDE, 2008, p. 56.

²⁸ HUSNI, 2007, p. 91.

²⁹ DINIZ, 2009, p. 45.

³⁰ PERIN JÚNIOR, 2009, p. 25.

³¹ COELHO, 2012, o. 37.

Neste novo cenário empresarial, surge o termo responsabilidade social, trazendo para as empresas um maior comprometimento com o desenvolvimento sustentável e com a sociedade.

Maria Helena Diniz afirma que

A empresa tem responsabilidade social e desempenha uma importante função econômica e social, sendo elemento de paz social e solidariedade, constituindo um instrumento de política social e de promoção da justiça social. Sua responsabilidade social a impulsiona a propiciar, com sua atividade econômica, comunicação mais aberta com seus colaboradores e com a coletividade, melhores condições sociais, garantindo sua sobrevivência no mercado globalizado, por ser fator decisivo para seu crescimento, visto que ganhará o respeito de seus colaboradores e consumidores na sociedade.³²

Por meio da responsabilidade social, pondera-se ao empresário a busca um resultado mais amplo, uma vez que, além do puro e simples lucro habitual almejado pelas atividades empresariais, as atividades exercidas pelas empresas devem buscar alcançar resultado que atinjam outras esferas, como a exemplo da ambiental e social.

Destarte, percebe-se que a responsabilidade social está ligada às obrigações das empresas para com a sociedade, formando laços através de uma gestão ética por parte da empresa que vem a beneficiar a sociedade, assim, tem por fulcro motivar o bem estar social, através de ações que promovem a educação, conservação do meio ambiente, saúde, etc.

A dificuldade de classificar uma empresa como socialmente responsável, demonstrando o efetivo comprometimento com as questões sociais, como, por exemplo, de empresas que se preocupam no âmbito intrínseco, ou seja, gerando emprego, renda, educação, e dando oportunidade para deficientes e aprendizes; mas que não se aprecia com o possível impacto ambiental proveniente de sua atividade empresarial.

Assim, torna-se relevante aprofundar sobre o tema em questão, que está disposto no capítulo a seguir.

³² DINIZ, 2009, p. 55.

3 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Conforme exposto, com a inserção da nova teoria da empresa no direito brasileiro, as relações empresariais se remodelaram. Contudo nova principiologia restou inserida no ramo do direito, como os princípios da preservação da empresa e da função social da empresa, sendo este, decorrente daquele, na qual o termo responsabilidade social passou a ter destaque no mundo dos negócios.

Diante disso, mister se faz o aprofundamento teórico, com a finalidade de esclarecer seus conceitos, histórico e fundamentos para que se tenha um maior entendimento acerca da responsabilidade social aplicada pela empresa Souza Cruz. S.A, que analisar-se-á posteriormente.

3.1. EVOLUÇÃO HISTÓRICA MUNDIAL

A responsabilidade social é um fenômeno recente, porém os seus fundamentos são considerados o motor propulsor da história da humanidade, na qual persegue a inclusão social, a igualdade e a garantia de direitos civis, a ética e transparência nas relações, o desenvolvimento sustentável e a qualidade de vida.¹

A Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão que sustentou o Estado do Bem-Estar Social², durante muito tempo, contempla que

As motivações do final do século XX e início do século XXI sejam completamente diversas, retornamos, de certa forma e sob alguns aspectos, aos princípios basilares do final do século XVIII com a revolução Francesa. Os 17 artigos da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, aprovada em 26 de agosto de 1789 pela Assembleia Nacional, marcaram o Direito Constitucional moderno ao estabelecerem a fronteira entre o público, o privado e ao proclamarem a garantia de direitos. Já na segunda versão, estendida para 35 artigos, aprovada em 1793, o caráter é eminentemente social.³

Durante a Revolução Francesa, a ética e a transparência se firmaram como valores nas relações. Para os revolucionários, os interesses pessoais/privados não poderiam se sobrepujar ao bem comum/público, o que caracterizaria inevitavelmente corrupção.⁴

¹ HUSNI, Alexandre. Empresa Socialmente responsável – uma abordagem jurídica e multidisciplinar. São Paulo: Quartier latin, 2007 p. 23.

² Artigo XXI da Convenção Nacional Francesa in Declaração do Homem e do Cidadão, 1793: Os auxílios públicos são uma dívida sagrada. A sociedade deve a subsistência aos cidadãos infelizes, quer seja procurando-lhes trabalho, quer seja assegurando os meios de existência àqueles que são impossibilitados de trabalhar.

³ HUSNI, op. cit., 23-24.

⁴ Ibid, p 25.

Os acontecimentos na França repercutiram na Inglaterra que vivia a Revolução Industrial. A preocupação das classes dominantes era impedir o questionamento do poder, para isso iniciou-se um movimento contra a degradação dos costumes, o que gera, por vias transversas, o surgimento de outro tema afeto à Responsabilidade Social: a qualidade de vida. Já no século XVIII, os trabalhadores ingleses perceberam a necessidade da associação para enfrentar os novos tempos e garantir a sobrevivência. A preocupação fundamental era o emprego e as condições de trabalho. Mais tarde, as *Trade Unions* dariam origem aos sindicatos. As conquistas foram lentas, porém progressivas.⁵

Neste período, a sociedade experimentava a transição da economia agrícola para a industrial, com a crescente evolução tecnológica e a aplicação da ciência na organização do trabalho, mudando o processo produtivo. A ideologia econômica predominante era o liberalismo de Adam Smith, Malthus, David Ricardo e Stuart Mill, baseado no princípio da propriedade e da iniciativa privada. A visão clássica da responsabilidade social empresarial incorporava os princípios liberais, influenciando a forma de atuação social das empresas e definindo as principais responsabilidades da companhia em relação aos agentes sociais na época.⁶

Pelo liberalismo, a interferência do Estado na economia seria um obstáculo à concorrência, elemento essencial ao desenvolvimento econômico e cujos benefícios seriam repartidos por toda a sociedade. O Estado seria o responsável pelas ações sociais, pela promoção da concorrência e pela proteção da propriedade. Já as empresas deveriam buscar a maximização do lucro, a geração de empregos e o pagamento de impostos. Atuando dessa forma, as companhias exerceriam sua função social.⁷

No entanto, tal liberalismo não estimulava a prática de ações sociais pelas empresas e até as condenava, porque acreditava que a caridade não contribuía para o desenvolvimento da sociedade nem era de responsabilidade das companhias.

É evidente ao longo da história, a evolução quanto aos direitos conquistados pelos trabalhadores, como por exemplo, em 1780, a jornada de trabalho semanal era de 80 horas, já em 1820, as horas trabalhadas caíram para 67 e em 1860 chegou a 53 horas.

O advento da industrialização ocasionou a degradação da qualidade de vida, intensificou os problemas ambientais e a precariedade nas relações de trabalho.

A promiscuidade nas relações comerciais, de trabalho e pessoais era o alvo visível. A burguesia passou a definir papéis e a separar a atividade pública da privada, que

⁵ HUSNI. 2007, p. 26-27.

⁶ TENÓRIO. Fernando Guilherme; colaboradores Fabiano Christian Pucci Nascimento et tal. E Ed. Ver. E ampliada, Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006 p. 14.

⁷ Ibid, p. 14-15.

até então conviviam em um mesmo ambiente, o lar era também o local de trabalho. Mas era preciso legitimar esse sentimento entre as classes operárias.⁸

Em cada país, conforme a sua história de luta política das organizações trabalhistas, a participação dos partidos políticos e a interveniência do Estado foram sendo construída ao longo do tempo.

Ao mesmo tempo, manifesta-se também a apatia, a indiferença e até mesmo o desprezo por questões de interesse coletivo em áreas tais como social, econômica e ambiental, por exemplo, seja pelas oportunidades privilegiadas de desfrute econômico e político para alguns, seja por falta de forças e poder de influência para promover sua própria sobrevivência.

No início do século XX, a responsabilidade social era limitada ao ato filantrópico, representado pelas doações efetuadas pelos empresários e pela criação de fundações (Ford, Rockefeller, Guggenheim), o que gerou, posteriormente, através de pressão da sociedade, que esta ação filantrópica fosse promovida pela empresa, simbolizando o início da incorporação da temática social na gestão empresarial.⁹

O Estado em dificuldades já não consegue atender às demandas da sociedade, notadamente àquelas dos segmentos mais carentes que, proporcionalmente, concentram seus maiores contingentes nos países mais pobres, reduzindo-lhes crescentemente a possibilidade de superar a discriminação de toda ordem e o resgate de seus direitos econômicos, sociais, políticos e até de sobrevivência.

Essa articulação social por parte do empresariado, que à primeira vista parece espontânea, foi precipitada por uma conjunção de fatores, em que o avanço tecnológico e o advento da terceira fase da globalização ganham papel de destaque.¹⁰

A partir deste momento, a sociedade começou a se mobilizar, pressionando o governo e empresas a solucionarem os problemas gerados pela industrialização. Verificou-se, com isso, um maior controle social da atividade empresarial.

Logo, o conceito de responsabilidade social empresarial passou a incorporar alguns anseios dos principais agentes e a ser entendido não apenas como a geração de empregos, o pagamento de impostos e a geração de lucro, mas também como o cumprimento de obrigações legais referentes a questões trabalhistas e ambientais.¹¹

⁸ HUSNI, 2007, p. 27.

⁹ TENÓRIO, 2006, p. 16.

¹⁰ HUSNI, op. cit., p. 29.

¹¹ TENÓRIO, op.cit, p. 17.

Para a diferenciação trazer valor competitivo tanto às empresas quanto aos produtos, tornou-se necessário fazer com que os consumidores entendessem a empresa como única e valiosa, e, sendo assim, a responsabilidade social entrou com impulsadora de mercado.

O capital volátil passa a perceber que é necessário legitimar conceitos antes relegados, como a qualidade, o meio ambiente – tema de um conferência realizada pela Organização das nações Unidas em se mantendo os níveis de industrialização, poluição, produção de alimentos e exploração dos recursos naturais, o limite de desenvolvimento do planeta seria atingido em, o máximo 100 anos -, a ética e a transparência nas relações; em outras palavras: formar consumidores seletivos; mas antes e preciso realizar o movimentos inverso e incluir o cidadão que está fora do sistema.¹²

Assim, a sociedade, movida pelas necessidades, procurou construir sua autonomia e identidade fora da tutela do Estado, buscando uma nova maneira de encarar o Estado e de agir coletivamente. Surgiu então, uma sociedade civil organizada, que não só lutam por políticas públicas que os atendam, mas, principalmente, pelo reconhecimento como sujeitos legítimos na construção e efetivação de direitos e de uma cultura política de respeito às liberdades, à igualdade social, à justiça econômica e à transparência das ações do poder público, como formas de redemocratização de vários países da Europa e da América Latina.

É inegável que o sentimento de ‘culpa’, despertado pela religiosidade, esteja intimamente ligado às primeiras iniciativas de responsabilidade Social, que, em seus primórdios, ainda no século XIX, tomou a forma de filantropia empresarial.¹³

Portanto, a responsabilidade social, até a década de 1950, assume dimensão estritamente econômica, como a capacidade de geração de lucros, criação de empregos, pagamento de impostos e cumprimento das obrigações legais.

Depois que Rosevelt implementou o New Deal, em 1933, como forma de superar a depressão econômica dos Estados Unidos, limitando as práticas liberais, a economia americana passou por um processo de crescimento e de acumulação de capital. Este período é marcado pelo pensamento Keynesiano¹⁴, pela intervenção do Estado na economia, estendendo-se até a década de 1970. Seus efeitos contribuem para a consolidação do modelo industrial e para a superação na década de 1950, com o desenvolvimento da sociedade pós-industrial. Esses acontecimentos geraram questionamentos da sociedade quanto ao objetivo de maximização de lucros das empresas e do papel das companhias nessa nova sociedade, além de ampliar o conceito de responsabilidade social.¹⁵

¹² HUSNI, 2007, p. 33.

¹³ Ibid, p. 37.

¹⁴ Através do Keynesianismo e a sua política de intervenção do Estado na economia, as empresas investiram em tecnologia, acumularam capital e consolidaram o modelo de produção em massa.

¹⁵ TENÓRIO, 2006, p. 18.

Neste contexto, a base conceitual contemporânea da responsabilidade social empresarial está associada aos valores requeridos pela sociedade pós-industrial. Surge então, a complexidade do ambiente onde as empresas estão inseridas, onde suas atividades influenciam ou tem impacto sobre diversos agentes sociais, comunidade e sociedade. Consequentemente, a orientação do negócio que visava atender aos interesses dos acionistas tornou-se insuficiente, o que resulta na necessidade de incorporação de objetivos sociais, como forma de integração das organizações com a sociedade.¹⁶

Este fato ocasionou a entrada de dois atores fundamentais, as ONGs - Organizações Não governamentais e a Igreja Católica, capazes de mobilizações em torno de questões pontuais e de grande importância social. As ONGs têm organizado suas atuações com focos em áreas específicas, tais como a social, a do meio ambiente, a educacional e a de promoção da iniciativa de empreendedores de pequenos negócios. A Igreja Católica mantém-se posicionada com seu discurso em torno das questões ligadas aos valores éticos, morais e de justiça social. Nos países pobres, como o Brasil, defensor das causas sociais, tem-se como exemplo, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, amplamente apoiado pela Pastoral da Terra.

Os conceitos de ética e de responsabilidade social só começaram a ser discutidos pela academia no século XX a partir dos anos 50, se popularizando no final dos anos 60 nos EUA e Europa. Na década de 1970 e 1980, o conceito de responsabilidade social corporativa amadureceu cercado de debates sobre o dever das empresas em promover o desenvolvimento social.¹⁷

Parece bastante óbvio que vários fatores têm forçado as empresas a assumirem responsabilidades, até recentemente tidas como de exclusiva competência do Estado, com um modelo de desenvolvimento sustentável.

A gestão de pessoas com Responsabilidade Social envolve o estímulo à ética, e não se contrária, a valorização do trabalho efetivo do funcionário, através de regras claras e permanentes, com o devido retorno através da remuneração, o que cria as condições adequadas para o indivíduo desenvolver uma vida pessoal como melhor lhe aprouver, o respeito humano e, por fim, o uso racional do tempo profissional para que se busque qualidade de vida com reflexos sensíveis no social.¹⁸

Percebeu-se um crescimento de pessoas preocupadas com a questão da responsabilidade social no mundo no final da década de 1990, o que contribuiu com a

¹⁶ TENÓRIO, 2006, p. 20.

¹⁷ COSTA, Eduardo Homem. Fundamentos de Responsabilidade Social Empresarial. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Gráfica e Editora La Salle, 2007.

¹⁸ HUSNI, 2007, p. 52.

disseminação das questões éticas e morais nas empresas, além de colaborar, de modo significativo para a definição do papel nas organizações.

3.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL

No Brasil, a responsabilidade social começa a ser discutida ainda nos anos 60 com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). Um dos princípios desta associação baseia-se na aceitação por seus membros de que a empresa, além de produzir bens e serviços, possui a função social que se realiza em nome dos trabalhadores e do bem-estar da comunidade.¹⁹

O Brasil foi um dos pioneiros entre os países em desenvolvimento na implementação da responsabilidade social. No final dos anos 1980 e início dos 1990, concomitantemente à intensificação do progresso tecnológico e à rápida disseminação de novas soluções em tecnologia da informação, impõe-se a visão neoliberal dos mercados, consolidando a globalização e, por conseguinte, ampliando as fronteiras dos Estados.²⁰

O movimento de valorização da responsabilidade social empresarial ganhou forte impulso na década de 90, através da ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão. O trabalho do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) na promoção do balanço social é uma de suas expressões e tem logrado progressiva repercussão. Muitas vezes a história do IBASE se confunde com a trajetória pessoal do sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, um de seus fundadores e principal articulador.

Um exemplo da valorização da responsabilidade social mencionada anteriormente foi a publicação, em 1992, pelo Banco do Estado de São Paulo (Banespa) do relatório completo divulgando todas as suas ações sociais. Este fato, fez com que, e a partir de 1993, várias empresas de diferentes setores iniciem a divulgação dos seus balanços sociais anualmente.

Ainda no ano de 1993, Betinho e o IBASE lançam a Campanha Nacional da Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida com o apoio do Pensamento Nacional das Bases Empresarias (PNBE). Este foi considerado o marco da aproximação dos empresários com as ações sociais.

¹⁹ LOURENÇO, Alex Guimarães, SCHRODER, Débora de Souza. Vale investir em Responsabilidade Social? *STAKEHOLDERS, GANHOS E PERDAS*. Disponível em <http://www.Ethos.org.br>. Acesso em 30 março 2012

²⁰ ROCHA, Igor Souza. Os novos Rumos da Responsabilidade Social: o conceito de RSE 2.0 e os debates sobre a ISO 26000. In *Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das Universidades*. Volume 8, Editora Peirópolis: Instituto Ethos, 2011, p. 80.

No ano de 1995, foi criado o GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas) ²¹, a primeira entidade que genuinamente se preocupou com o tema da filantropia, cidadania e responsabilidade empresarial, adotando, por assim dizer, o termo cidadania empresarial às atividades que as corporações realizassem com vista à melhoria e transformação da sociedade.

Segundo o Instituto Ethos²² o movimento propulsor de valorização da responsabilidade social, no Brasil, ganhou força na década de 1990, através de entidades não governamentais, a mídia e empresas voltadas para a questão.²³

Oded Grajew fundou o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social no ano de 1998. O Instituto serve como ponte entre os empresários e as causas sociais. Seu objetivo é disseminar a prática social através de publicações, experiências vivenciadas, programas e eventos para seus associados e para os interessados em geral, contribuindo para um desenvolvimento social, econômico e ambientalmente sustentável e incentivando a formação de uma nova cultura empresarial baseada na ética, princípios e valores.

Em janeiro de 1999, ao discursar no Fórum Econômico Mundial (evento anual realizado em Davos, na Suíça), o ex-secretário geral da ONU, Kofi Annan, propôs uma parceria entre as Nações Unidas, ONGs e empresas, denominada Pacto Global

²¹ GIFE é uma rede sem fins lucrativos que reúne organizações de origem empresarial, familiar, independente e comunitária, que investem em projetos com finalidade pública. Sua missão é aperfeiçoar e difundir conceitos e práticas do uso de recursos privados para o desenvolvimento do bem comum, contribuindo assim para a promoção do desenvolvimento sustentável do Brasil, por meio do fortalecimento político-institucional e do apoio à atuação estratégica dos investidores sociais privados. Além disso, o GIFE também organiza cursos, publicações, pesquisas, congressos, Grupos de Afinidade, Painéis Temáticos, Debates e outros eventos. Nascido como grupo informal em 1989, foi instituído como Grupo de Institutos Fundações e Empresas em 1995 por 25 organizações. Nos anos seguintes, tornou-se uma referência no Brasil sobre investimento social privado e vem contribuindo para o desenvolvimento de organizações similares em outros países. Hoje, a Rede GIFE reúne 142 associados que, somados, investem por volta de R\$ 2 bilhões por ano na área social. Disponível em <http://www.gife.org.br/ogife.asp>.

²² O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, organização sem fins lucrativos fundada em 1998, tem como associados algumas centenas de empresas em operação no Brasil, de diferentes portes e setores de atividade. A entidade tem como missão mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade mais próspera e justa. O Instituto Ethos dissemina a prática da responsabilidade social por intermédio de atividades de intercâmbio de experiências, publicações, programas e eventos voltados para seus associados e para a comunidade de negócios em geral. O Instituto Ethos é parceiro de várias entidades internacionais, entre as quais o *Prince of Wales Business Leadership Forum*, do Reino Unido, e o *Business for Social Responsibility*, organização empresarial sediada nos Estados Unidos que conduz projetos e programas em nível global, buscando incentivar empresas a alcançarem sucesso em seus negócios implementando práticas que respeitem pessoas, comunidades e o meio ambiente. Para fortalecer o movimento pela responsabilidade social no Brasil, o Instituto Ethos concebeu os **Indicadores Ethos** como um sistema de avaliação do estágio em que se encontram as práticas de responsabilidade social nas empresas. Os indicadores Zuffo, com a contribuição da Fundação Dom Cabral, a Pact e inúmeros colaboradores, parceiros e membros de empresas associadas. Sua primeira revisão, orientada para o desenvolvimento dos Indicadores - Versão 2001, foi coordenada por Vivian Paes Barretto Smith e Adele Queiroz, e também contou com a colaboração de diversos parceiros e empresas. O sucesso dessa iniciativa depende diretamente da adesão espontânea das empresas à proposta. Preencha seu questionário, cadastrando sua empresa e preenchendo as respostas online, com o máximo de rigor e reflexão. O Instituto Ethos lhe assegura toda a confidencialidade. Disponível em <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx>. Acesso em 15 março 2012.

²³ ETHOS, Instituto Ethos, 2012. <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx>. Acesso em 15 março 2012.

(*The Global Compact*). Essa ideia surgiu logo após as manifestações antiglobalização que ocorreram em Seattle (Estados Unidos), durante o encontro da Organização Mundial do Comércio (OMC). Trata-se de um chamado para que as organizações (não somente empresas) adotem e apoiem, em suas respectivas esferas de atuação e influência, um conjunto de valores²⁴ relativos aos direitos humanos, condições trabalhistas, combate à corrupção e proteção do meio ambiente.²⁵

Em meados de 2000, o Fórum Social Mundial, em resposta aos efeitos da globalização reuniu várias pessoas de todas as partes do mundo com o intuito de promover um ambiente democrático de troca de ideias e experiências e articulação de movimentos entre diversos setores da sociedade bem como para discutir os direitos humanos, a proteção ao meio ambiente, o acesso à saúde e a educação.²⁶

Com isso, a responsabilidade social começa a chamar a atenção da mídia nacional, ao mesmo tempo em que cresce as publicações, seminários e prêmios dedicados ao tema. No âmbito empresarial surgem iniciativas de cidadania empresarial, com o objetivo de agregar à organização a marca da responsabilidade social.²⁷

3.3 EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

A partir de uma visão econômica clássica, na década de 70, a empresa socialmente responsável era aquela que respondia às expectativas de seus acionistas, atenta, portanto, às expectativas de seus interessados atuais e futuros, na visão mais conservadora de responsabilidade social, limitada à defesa dos interesses apenas dos agentes financiadores diretos da atividade empresarial.

Conceito relativamente antigo, a responsabilidade social remonta sua origem ao século XIX e início do século XX. No início do século XX, o envolvimento das empresas com as ações sociais se resumia ao ato filantrópico. Essas empresas, apesar de serem consideradas “gigantes” para a época, nem de longe podem se comparar as corporações transnacionais que existem no início do século XXI, cuja propriedade é diluída pelas bolsas de valores e a sua “nacionalidade” passa a ser apenas simbólica.²⁸

²⁴ Os princípios são:

Direitos Humanos: Respeitar e proteger os direitos humanos; impedir violações de direitos humanos.

Direitos Trabalhistas: apoiar a liberdade de associação no trabalho; abolir o trabalho forçado; abolir o trabalho infantil; eliminar a discriminação no ambiente de trabalho; proteção ao Meio Ambiente; apoiar uma abordagem preventiva aos desafios aos desafios ambientais; promover a responsabilidade ambiental; encorajar tecnologias que não agredem o meio ambiente.

Combate à Corrupção: Lutar contra toda forma de corrupção.

²⁵ ROCHA, 2011, p. 74-75.

²⁶ Ibid., p. 76.

²⁷ Ibid., p. 81.

²⁸ COSTA, 2007, p. 20.

A questão da responsabilidade social das empresas, abordada sob os princípios da caridade e da custódia, associa iniciativa assistencialista e paternalista, pois era considerada tão somente como obrigação dos indivíduos – proprietários e administradores – e não propriamente das empresas.²⁹

A visão contemporânea de Responsabilidade Social caracteriza-se pela implementação de iniciativas que não são impostas pela lei, mas adotadas voluntariamente pelas organizações, como forma de demonstrar seu compromisso com a sociedade. Elas migram de uma postura passiva para uma atitude proativa, buscando comunicar-se com as partes interessadas (stakeholders) e, com isso, abrir novas oportunidades de negócios.³⁰

As mudanças de significado de responsabilidade social e empresarial estão diretamente relacionadas ao grau de amplitude de inclusão e de consideração quanto às suas relações com seus públicos.

Os conceitos de ética e de responsabilidade social só começaram a ser discutidos pela academia no século XX a partir dos anos 50, se popularizando no final dos anos 60 nos EUA e Europa. Na década de 1970 e 1980, o conceito de responsabilidade social corporativa amadureceu cercado de debates sobre o dever das empresas em promover o desenvolvimento social.³¹

Por um período significativo de tempo, os negócios foram vistos como uma parte de toda a comunidade econômica, com responsabilidade para interagir no sistema com suas próprias regras. Depois, começaram a aceitar responsabilidades de ordem filantrópica, em assuntos não relacionados diretamente com sua função econômica. A partir de então foram-se abrindo para reconhecer o poder e a responsabilidade que a economia tem sobre outros segmentos da vida em sociedade.³²

Na década de 1980, o conceito de responsabilidade social empresarial sofre transformações com o advento da globalização e a retomada da ideologia liberal, o qual reveste de argumentos a favor do mercado.

Nessa acepção do conceito, o mercado é o principal responsável pela regulação e fiscalização das atividades empresariais, impedindo abusos por parte das companhias. Cabe ao consumidor retaliar por meio do boicote ou de protestos os

²⁹ KARKOTLI, Ibid p. 64. O princípio da caridade exigia que os membros mais afortunados da sociedade ajudassem os menos afortunados como os desempregados, os inválidos, os doentes e os velhos. Por este princípio, com um pano de fundo paternalista e assistencialista, eram os próprios ricos quem determinavam quanto iriam contribuir. Pelo princípio da custódia as empresas e os ricos eram vistos como zeladores da riqueza da sociedade. Era função também das empresas multiplicar a riqueza da sociedade.

³⁰ ROCHA, loc cit, p. 76--77

³¹ COSTA, loc cit p. 21

³² KARKOTLI. Ibid p. 68

produtos das empresas que não respeitam os direitos dos agentes e que poluam o meio ambiente.³³

A ideologia neoliberal, na década de 1990, continuou a conduzir o debate a respeito da responsabilidade social empresarial, o qual originou o conceito desenvolvido pelo World Business Council for Sustainable Development, afirmando que faz parte do desenvolvimento sustentável.³⁴

Nesta abordagem, o desenvolvimento sustentável é composto pelas dimensões econômica, ambiental e empresarial. O objetivo é obter crescimento econômico por meio da preservação do meio ambiente e pelo respeito aos anseios dos diversos agentes sociais, contribuindo assim para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. Desta forma, as empresas conquistariam o respeito e admiração de consumidores, sociedade, empregados e fornecedores; garantindo a perenidade e sustentabilidade dos negócios no longo prazo.³⁵

A ideia de responsabilidade social, embora não seja nova, ganhou notoriedade com o início da deterioração dos ecossistemas, provocada pela poluição, o que ocasionou vários debates sobre os benefícios e malefícios da sociedade industrial. Parece evidente que as consequências indesejáveis da industrialização aguçaram a consciência ecológica de certos segmentos sociais e motivaram o surgimento de grupos de ativistas que se propuseram a combater o comportamento ecologicamente irresponsável de certas empresas e ramos de negócios, como os madeireiros, os caçadores de baleias, a indústria de pele de animais, as empresas petrolíferas e organizações que trabalham com materiais radioativos, dentre outras.

O princípio da responsabilidade social se baseia na premissa de que as organizações são instituições sociais porque foram socialmente legitimadas. Assim sendo, as empresas são depositárias dos recursos sociais e afetam a qualidade de vida da sociedade; têm, por isso mesmo, a obrigação de agir segundo os interesses da sociedade, devendo prestar contas de suas ações a ela.³⁶

Surge, como resultante da prática dos preceitos da responsabilidade social corporativa, aliado a práticas que repercutiriam junto aos *stakeholders*, o conceito de responsividade social, onde as empresas deveriam responder as demandas sociais para sobreviver, adaptando o comportamento corporativo as necessidades sociais.

Essas necessidades sociais estão diretamente ligadas ao consumidor, aos poderes públicos, aos acionistas e sócios e aos trabalhadores, isto é aos *stakeholders*.

³³TENÓRIO, 2006, p. 24.

³⁴Ibid, p. 25.

³⁵Ibid.

³⁶LOURENÇO, Alex Guimarães, SCHRODER, Débora de Souza, loc. cit.

Quanto ao consumidor, é necessário modificar a consciência do empresário e dos governantes para a realidade social na busca de um desenvolvimento sustentável. Todavia, este processo não será completo se o consumidor, sendo detentor de opção, não optar um padrão de escolhas onde insira na cadeia de suas premências a necessidade de atuação direta e indireta nesta cadeia social que se forma, opinando quando de sua aquisição da empresa fornecedora que possa realmente efetuar diferença na melhoria da qualidade de vida em razão de suas ações sociais, além de atender a seus básicos interesse do momento do consumo.³⁷

Um consumidor socialmente responsável será então aquele que verificará nos produtos ou serviços em vias de serem consumidos, por primeiro as conformidades técnicas e de qualidade,..., para após verificar as relações de regularidade para com o meio ambiente e, finalmente, as relações da empresa ofertante com os programas de responsabilidade social.³⁸

Cabe ainda a empresa no âmbito do campo tributário e ambiental, desenvolver um código de melhorias práticas que obrigue seus executivos e empresários a cumprir e contribua para que outros empresários também façam a sua parte.

Na medida em que o governo se conscientiza da importância de empreender parcerias com as empresas para determinadas finalidades a algum empreendimento específico que de outra forma ou não seria realizado ou seria custoso por demais à administração pública; na medida em que há o crescimento de uma consciência no sentido de entender os benefícios gerados pelos movimentos empresariais na luta pelas inclusões sociais e redução da pobreza, é possível que a resposta a este avanço social possa vir cada vez mais completa por parte dos poderes públicos.³⁹

A responsabilidade para com os sócios e acionistas compreende um código de melhorias praticas que visa à harmonização dos interesses conflituosos, principalmente com relação aos sócios minoritários. Além disso, não poderá conter neste código quaisquer dispositivos sem que se efetue um planejamento financeiro que contribua para o crescimento sustentável da empresa e recursos destinados aos programas de responsabilidade social.⁴⁰

A melhoria da condição do trabalho humano, consubstanciado no princípio constitucional da dignidade está entrelaçado com os programas de responsabilidade social, de forma que não é incomum que as empresas no âmbito social desenvolvam melhorias com

³⁷ HUSNI, 2007, p. 135-136.

³⁸ Ibid., p. 136.

³⁹ Ibid., p. 142.

⁴⁰ Ibid., p. 144.

relação aos seus trabalhadores internos, como participações de resultados e aquisição de participações societárias.⁴¹

Uma empresa que possui uma política de cuidados especiais com o meio ambiente, que utiliza produtos reciclados, que abomina o trabalho infantil ou a exploração da pessoa humana, está sendo socialmente responsável.

A partir desta definição, o conceito de responsabilidade social empresarial passa a ser entendido como questão fundamental para a continuidade dos negócios na sociedade. O principal argumento é que, apesar de a atividade empresarial ser privada, a companhia presta um serviço público e ela deve, necessariamente, atender ao interesse público.⁴²

Assim, uma empresa cidadã do mundo é um ideal a ser conquistado, principalmente porque a informação reduziu fronteiras e distâncias, possibilitando a inclusão social e digital a todos que tenham interesse em seguir esta linha de conhecimento.⁴³

3.4 A VISÃO ATUAL DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

O mundo enfrenta atualmente, como já visto, muitos problemas sociais, econômicos e ambientais, dentre eles: a poluição e a degradação ambiental, catástrofes naturais e mudanças climáticas, pobreza e desigualdade na distribuição de renda, precárias condições de trabalho. Por outro lado, há uma maior clareza a respeito de tais problemas e da necessidade de se criar soluções que as transformem.

O tema responsabilidade social das empresas vem sendo amplamente discutido e divulgado pela mídia no Brasil nos últimos anos. Entre os fatores que explicam a repentina valorização desse assunto está o fato de que, ao assumirem uma responsabilidade mais ampla pelo conjunto da sociedade, as empresas suprem necessidades comunitárias que não estavam satisfatoriamente atendidas.⁴⁴

O advento da internet, que promove a facilidade de interação e envolvimento das pessoas através de sites de relacionamento, tais como: facebook, twitter, Orkut, de sites de jornalismo, como também blogs, criou-se um espaço mais democrático, com a troca de experiências e de conhecimento, de maneira rápida e dinâmica.

⁴¹ HUSNI, 2007, p. 145.

⁴² TENÓRIO, 2006, p. 23.

⁴³ HUSNI, op. cit. p. 147.

⁴⁴ ROCHA, Igor Souza. Os novos Rumos da Responsabilidade Social: o conceito de RSE 2.0 e os debates sobre a ISO 26000. In Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das Universidades. Volume 8, Editora Peirópolis: Instituto Ethos, 2011, p. 71.

[...] Tradicionalmente, os consumidores eram vistos como um grupo desestruturado, guiado apenas pelos hábitos de compra. A chegada da Web 2.0 mudou isso. [...] Os consumidores estão mais informados do que nunca e, portanto, mais críticos e com a capacidade de ouvir e ser ouvidos por uma audiência de milhões de pessoas através da web.⁴⁵

Neste sentido, o que se espera das empresas é um maior comprometimento com o desenvolvimento sustentável do país seja: na proteção do meio ambiente, na redução da pobreza ou no aumento da expectativa de vida da população, o que remete a afirmação de que a responsabilidade social das empresas seria uma iniciativa privada com finalidade pública.⁴⁶

Tratar a Responsabilidade Social Empresarial como um paradigma, uma nova forma de pensar estratégias corporativas, uma nova forma de organizar processos e políticas de gestão das empresas trata-se de um conceito muito recente. Esta nova roupagem passou a permear o ambiente empresarial, a partir do final da década de 80, nos EUA e Europa, intensificando-se no início da década de 90, inclusive no Brasil.

Esse conceito já nasceu vinculado aos valores do campo ético, que se fazem presentes no âmbito do julgamento das ações manifestadas pelas empresas, em todo tipo de interação que esta tenha com qualquer agente interessado ou não por sua existência.

Como a empresa que deve ser vista como atividade, a responsabilidade social também deve ser ativa e objetivar a melhoria da qualidade de vida do cidadão, e as suas ações devem ser voltadas para a busca do desenvolvimento sustentável e da redução de desigualdades.⁴⁷

O Instituto Ethos traz, atualmente, como conceito de responsabilidade social

[...] a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.⁴⁸

É comum entender a responsabilidade social empresarial como apoio ou investimento que a empresa faz na comunidade. Frequentemente escuta-se de uma organização: "somos uma empresa socialmente responsável porque apoiamos determinado projeto ou fazemos doações para tal comunidade". Entretanto, o conceito de responsabilidade social das empresas é muito mais amplo.

⁴⁵ ROCHA, 2011, p. 86.

⁴⁶ Ibid, p.71.

⁴⁷ HUSNI, 2007, p. 91.

⁴⁸ ETHOS, loc. cit.

A responsabilidade social é uma nova estratégia para aumentar o lucro e potencializar o desenvolvimento das empresas. Essa tendência decorre da maior conscientização do consumidor e consequente procura por produtos e práticas que gerem melhoria para o meio ambiente ou comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania. Por outro lado a ideia de que a responsabilidade social é uma obrigação das empresas. Alguns mecanismos já estão sendo propostos em forma de lei para que se assegure a alocação de recursos para gastos sociais por todas as empresas. Logicamente, o exemplo mais recente dessa tendência é o estabelecimento do conceito de balanço social das empresas.⁴⁹

A responsabilidade social empresarial não se confunde com a ação filantrópica do empresário ou com ações esporádicas de benemerência da empresa. Os compromissos éticos, valores e princípios compartilhados com seus diversos públicos de interesse e a atuação de forma responsável e transparente, trazem para a empresa o reconhecimento da sociedade de uma atuação responsável, o qual pode se tornar um diferencial competitivo a ser incorporado à estratégia empresarial.⁵⁰

O compromisso socialmente responsável da empresa em todas as suas ações significa responsabilidade social da empresa em relação à comunidade, aos seus empregados, aos componentes da cadeia produtiva com os quais tenha relações diretas e indiretas, ao meio ambiente, ao Estado, aos consumidores, ao mercado e aos acionistas.

Esse compromisso, capaz de promover um modelo de desenvolvimento sustentável, compreende dimensões de ordem econômica, social e ambiental, dimensões que passam a ser muito importantes na composição de toda a estrutura empresarial e de Estado. Para qualquer organização, seja ela privada, estatal e até mesmo o próprio Estado, a valorização do ambiente sustentável pode significar melhoria das condições sociais, por consequência, do mercado e da viabilização do Estado.

⁴⁹ KARKOTLI. Gilson. Responsabilidade Social Empresarial .Petrópolis, RJ: Vozes, 2006 p. 45.

⁵⁰ A filantropia é basicamente uma ação social externa da empresa, que tem como beneficiária principal a comunidade em suas diversas formas (conselhos comunitários, organizações não governamentais, associações comunitárias etc) e organizações. A responsabilidade social é focada na cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações com um público maior (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), cuja demanda e necessidade a empresa deve buscar entender e incorporar aos negócios. Assim, a responsabilidade social trata diretamente dos negócios da empresa e de como ela os conduz. Texto retirado do site do Instituto Ethos. Para Costa (2007), é comum haver confusão entre os conceitos e as práticas definidas como responsabilidade social, filantropia e marketing relacionado a causas sociais e ambientais. Marketing relacionado a causas sociais e ambientais é o conjunto de ferramentas e estratégias de marketing utilizadas e adaptadas para os investimentos sociais realizados pelas empresas nas comunidades e em áreas ambientais, de forma a dar visibilidade à marca empresarial. Filantropia tem dois conceitos: filantropia tradicional são as ações que consistem em doações de indivíduos e empresas para instituições, em sua maioria beneficentes, não sendo feito acompanhamento do retorno social destas ações. Já a filantropia tem uma preocupação com as causas defendidas pelas instituições, aproxima-se grandemente do marketing relacionado a causas sociais. A responsabilidade social define o grau de amadurecimento de uma empresa privada em relação ao impacto social de suas atividades. Abrange, em termos gerais, desenvolvimento comunitário, equilíbrio ambiental, tratamento justo aos funcionários, comunicações transparentes, retorno aos investidores, sinergia com parceiros e satisfação do consumidor. (texto extraído do livro COSTA, Eduardo Homem. Fundamentos de responsabilidade social empresarial. 1 ed. Rio de Janeiro: Gráfica e Editora La Salle, 2007, p. 22-23).

Entretanto, à medida que a pressão da opinião pública aumenta, as práticas empresariais ficam mais expostas e, portanto, a imagem da empresa começa a correr riscos que antes não existiam. Um dos riscos mais visíveis é aquele referente ao comportamento das empresas em relação ao meio ambiente.⁵¹

A implementação de programas e iniciativas que envolvem a responsabilidade social das organizações deve incluir o planejamento, desde um diagnóstico inicial da situação em que se encontra a empresa até a conclusão das ações desenvolvidas por ela.⁵²

É conveniente registrar que a elaboração e a implementação de programas de introdução das práticas de responsabilidade social empresarial devam ser conduzidos por profissionais especializados e habilitados, evitando-se assim que estas iniciativas resultem tópicas, descontínuas ou que se situem no campo da simples filantropia.⁵³

Há um desafio da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável que é equilibrar todas as variáveis: social, econômica, éticas e ambientais em torno de um objetivo maior, sendo este a permanência da humanidade no planeta.

A responsabilidade social empresarial é um produto da cultura da organização. As empresas que só se preocupam com os benefícios comerciais da gestão socialmente responsável acabam por cair em descrédito e não colhem os benefícios esperados.⁵⁴

Toda empresa que promove uma gestão socialmente responsável aumenta a eficiência do processo produtivo e desenvolve a cidadania como um todo, resultante de uma parceria entre a organização e os *stakeholders*.

3.5. A TEORIA DOS STAKEHOLDERS

Os Stakeholders são os agentes externos e internos que pressionam as empresas a adotarem um comportamento que levem em conta os aspectos sociais e éticos, além dos econômico-financeiros. Entende-se por estes agentes, qualquer grupo ou indivíduo que é afetado ou que afeta na busca dos objetivos das organizações, clientes, funcionários, fornecedores, acionistas, proprietários, governo e comunidade local⁵⁵.

Este termo e a preocupação com os stakeholders foi atribuído à General Electric Company, que durante o período da Grande Depressão de 1930 identificou quatro grupos de stakeholders, quais sejam: acionistas, empregados, clientes e a comunidade em geral. Durante

⁵¹ KARKOTLI, 2006, p. 71.

⁵² Ibid., p. 43.

⁵³ Ibid.

⁵⁴ TENÓRIO, 2006, p. 129.

⁵⁵ KARKOTLI, op. cit., p. 16.

a década de 1990 o assunto passou a ser discutido com maior intensidade e artigos foram publicados em vários periódicos nas áreas relacionadas à administração de empresas.⁵⁶

A teoria dos stakeholders incorporava ao arcabouço teórico da responsabilidade social empresarial a visão sistêmica, onde existe a influência entre o meio ambiente e as companhias, a qual possuía como finalidade atingir tanto os objetivos de um como o do outro.⁵⁷

Segundo Husni, esta teoria tem implicações jurídicas ao passo que todos os grupos citados anteriormente podem interferir na atividade empresarial e exemplifica citando as ações civis públicas, sendo um importante instrumento de interação, como também a nova lei de falências, que atribui função social à empresa e valor aos diversos stakeholders envolvidos. Diante dessas circunstâncias, pode se afirmar que esta teoria gera comportamentos de responsabilidade social.⁵⁸

3.6. TIPOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

De acordo com Archie Carroll apud Barbieri e Cajazeira, a responsabilidade social da empresa foi definida em quatro dimensões: econômico, legal, ético e discricionário (ou filantrópico).⁵⁹

A seguir são apresentados os conceitos referentes a cada uma destas responsabilidades:

3.6.1 Responsabilidade econômica

É considerada o principal tipo de responsabilidade social encontrada nas empresas pelo fato dos lucros serem tratados como a maior razão pela qual as empresas existem, pois ter responsabilidade econômica significa produzir bens e serviços de que a sociedade necessita, e conseqüentemente, requer que os seus produtos tenham preço que possa garantir a continuação das atividades da empresa, de forma a satisfazer suas obrigações com os investidores e maximizar os lucros para seus proprietários e acionistas.

⁵⁶ KARKOTLI, 2006, p. 16.

⁵⁷ TENÓRIO, 2006, p. 24.

⁵⁸ HUSNI, 2007, p. 59.

⁵⁹ BARBIERI, José Carlos, CAJAZERA, Jorge Emanuel Reis. Responsabilidade Social Empresarial e Empresa Sustentável: da teoria à prática. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 53-56.

3.6.2 Responsabilidade legal

Define o que a sociedade considera importante com respeito ao comportamento adequado da empresa. Ou seja, espera-se das empresas que atendam às metas econômicas dentro das leis pelo qual devem operar. No mínimo, espera-se que as empresas sejam responsáveis pela observância das leis municipais, estaduais e federais, por parte dos seus funcionários.

3.6.3 Responsabilidade ética

Inclui comportamentos ou atividades que a sociedade espera das empresas, dentro das perspectivas do que é certo e justo. O comportamento antiético, que ocorre quando decisões permitem a um indivíduo ou empresa obter ganhos a custa da sociedade, deve ser eliminado. Para serem éticos, os tomadores de decisão das empresas devem agir com equidade, justiça e imparcialidade, além de respeitar os direitos individuais, com o intuito de não causar danos às pessoas.

3.6.4 Responsabilidade discricionária ou filantrópica

Esta responsabilidade abrange ações em respostas às expectativas da sociedade para que as empresas atuem como bons cidadãos.⁶⁰ É puramente voluntária e orientada pelo desejo da empresa em fazer uma contribuição social não imposta pela economia, pela lei ou pela ética. A atividade discricionária inclui: fazer doações a obras beneficentes; contribuir financeiramente para projetos comunitários ou para instituições de caridade que não oferecem retornos para a empresa e nem mesmo são esperados.

Toda esta discussão acerca do tema, responsabilidade social, trouxe algumas normas e certificados que não possuem obrigatoriedade jurídica às empresas, porém, traz valorização perante a sociedade e clientes/consumidores. Sendo assim, se faz necessário dispor sobre tais normas.

3.7 A ISO 26000: UMA NORMA PARA A RESPONSABILIDADE SOCIAL

⁶⁰ BARBIERI, 2009, p. 55.

Uma empresa que possui o certificado de qualquer ISO, é visualizada de maneira positiva pelos seus clientes e/ou consumidores, bem como por toda a sociedade.

A situação atual do mundo (econômica, social e ambiental) juntamente com o fenômeno da globalização impôs a criação de parâmetros de comportamento que podem ser compartilhados em todos os envolvidos (*stakeholders*).

A criação de uma norma internacional para Responsabilidade Social possibilita a implementação de ações mais concretas, complementares à crescente preocupação e pressão da sociedade em relação aos direitos humanos em seu sentido mais amplo, englobando os direitos trabalhistas e políticos, e o de consumidores, além da preservação ambiental. A norma pressupõe maiores transparência das organizações na comunicação de suas ações a todos os públicos interessados em seu processo produtivo. São empresas, governos, associações, entidades da sociedade civil e organizações não governamentais (o terceiro setor) dos mais variados perfis que, a o incorporarem (ou melhor, internalizarem) em seus modelos de gestão princípios de Responsabilidade Social, podem contribuir para a utilização mais consciente e sustentável de nossos recursos naturais e humanos em escala global e para um futuro digno às próprias gerações.⁶¹

Esta norma também serve para eliminar a confusão existente entre responsabilidade social e filantropia. Conforme já mencionado, as ações filantrópicas são atitudes que causam impacto momentâneo, como doações de alimentos e roupas aos necessitados, ao passo que a responsabilidade social visa ao envolvimento e ao desenvolvimento contínuo da sociedade com a qual trabalha, o que a torna uma ação bem mais abrangente, voltada para o futuro, como educação e treinamento e projetos de geração de renda.

Segundo a ISO 26000⁶², a responsabilidade social se expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações em incorporar considerações socioambientais em seus processos decisórios e a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. Isso implica um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável, que esteja em conformidade com as leis aplicáveis e seja consistente com as normas internacionais de comportamento. Também

⁶¹ ROCHA, 2011, p. 92.

⁶² ISO é a Organização Internacional de Normalização, com sede em Genebra, na Suíça. Foi criada em 1946 e tem como associados organismos de normalização de cerca de 160 países. A norma (ISO 26000) fornece orientações para todos os tipos de organização, independente de seu porte ou localização, sobre: conceitos, termos e definições referentes à responsabilidade social; histórico, tendências e características da responsabilidade social; princípios e práticas relativas à responsabilidade social; os temas centrais e as questões referentes à responsabilidade social; integração, implementação e promoção de comportamento socialmente responsável em toda a organização e por meio de suas políticas e práticas dentro de sua esfera de influência; identificação e engajamento de partes interessadas; comunicação de compromissos, desempenho e outras informações referentes a responsabilidade social.

implica que a responsabilidade social esteja integrada em toda a organização, seja praticada em suas relações e leve em conta os interesses das partes interessadas.⁶³

A ISO 26000 adotou a nomenclatura “responsabilidade social”. Abandonou o “empresarial”, pois seu escopo não está restrito à empresas e abrange todos os tipos de organizações.

A responsabilidade social deve ser uma nova cultura de gestão empresarial em virtude dos desafios que envolvem o desenvolvimento sustentável. A instituição que pretenda seguir as diretrizes da norma terá que construir a responsabilidade social com base na sua própria mobilização interna. E é essa transformação social que podemos esperar nas próximas décadas.⁶⁴

O objetivo das diretrizes da ISO 26000 é buscar a amplitude na participação das diferentes entidades representantes da sociedade civil (empresas privadas, governo, terceiro setor, consumidores...), com a esperança de que o discurso socialmente responsável e as práticas sejam cada vez mais próximas e esclarecedoras.⁶⁵

A adoção de um padrão internacional de responsabilidade social ajudaria a quebrar a visão preconcebida da comunidade internacional sobre os desafios internos dos países pobres ou de poucos recursos, tais como: trabalho infantil, péssimas condições sanitárias, alto índice de pobreza, entre outros, onde poderão ganhar maior presença e visibilidade, além de melhor acesso ao comércio internacional.⁶⁶

Por outro lado, no que se refere aos custos de adequação a norma, em especial as pequenas e médias empresas e as organizações não governamentais, a ISO 26000 pode ser responsável por um aumento significativo nos custos da organização, obrigando-a repassar ao consumidor final.

Enquanto em algumas normas de gestão, como a ISO 14001 sobre gestão ambiental, o respeito aos tratados, acordos, declarações e outros instrumentos internacionais relacionados com os direitos humanos e normas de comportamentos é uma questão em aberto e só deve ser considerada se a organização a subscrever, no caso da norma ISO 26000 eles devem ser considerados e reconhecidos, tornando-se um princípio específico.⁶⁷

Os temas elencados pela norma são: meio ambiente, direitos humanos, práticas de trabalho, práticas leais de operação, governança organizacional, desenvolvimento social e questões relativas aos consumidores.

⁶³ http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp.

⁶⁴ ROCHA, 2011, p. 112.

⁶⁵ Ibid., p. 103.

⁶⁶ Ibid., p. 106.

⁶⁷ BARBIERI, 2009, p.199.

Em outras palavras, a organização deve dizer o que pretende fazer no campo da responsabilidade social com base em diálogos com as partes interessadas. No caso das partes que ainda não existem, com as gerações futuras e as que não possuem condições para se representarem diretamente, com as crianças, os incapacitados e os constituintes não humanos do meio-ambiente, os acordos, tratados e declarações intergovernamentais que trazem disposições sobre eles conforme as propostas do desenvolvimento sustentável podem ser invocados como parte desse diálogo, uma vez que expressam elevado consenso internacional. Entidades que as apoiam e defendem podem dar contribuições importantes, na medida em que são portadoras de conhecimentos específicos sobre esse tipo de parte interessada sub-rogada. Depois, a organização deve se esforçar para cumprir o que se comprometeu a fazer, o que significa colocar em prova as intenções, porque para isso é necessário alocar recursos, reorientar atividades, executar planos, enfim, colocar em prática. Por fim, deve relatar o que fez, também com base no diálogo com as partes interessadas, para explicitar os indicadores que serão utilizados, bem como a linguagem e a amplitude da informação.⁶⁸

No Brasil, foi desenvolvida pela Associação Brasileira de Norma Técnicas (ABNT), a norma NBR 16001, que estabelece requisitos para a criação e operação de um sistema de gestão de responsabilidade social. O seu objetivo é prover as organizações os elementos de um sistema de gestão da responsabilidade social, auxiliando-as a alcançar seus objetivos relacionados com o tema.

É importante assinalar que o atendimento aos requisitos dessa norma não significa que a organização é socialmente responsável, mas que possui um sistema de gestão da responsabilidade social. A norma explicita que tal entendimento deve estar presente em todas as comunicações internas e externas da organização. Tal preocupação nunca é pouca, pois por mais que a empresa se esforce para ser responsável, dificilmente cobrirá todos os aspectos segundo a avaliação de diferentes partes interessadas.⁶⁹

Entretanto, a NBR 16001 não trata de responsabilidade social de modo específico, apenas dá exemplos sem pretensão de ser exaustiva, tais como:

1. Boas práticas de governança;
2. Combate à pirataria, sonegação, fraude e corrupção;
3. Práticas leais de concorrência;
4. Direitos da criança e dos adolescentes, incluindo o combate ao trabalho infantil;
5. Direitos dos trabalhadores, incluindo a livre associação e outras considerações constantes nas convenções da OIT citadas;
6. Compromisso com o desenvolvimento profissional dos trabalhadores;
7. Promoção da saúde e segurança no trabalho;
8. Promoção de padrões de produção e consumo sustentáveis, considerando a cadeia de suprimento;
9. Proteção ao meio ambiente e aos direitos de gerações futuras;
10. Ações sociais de interesse público.⁷⁰

⁶⁸ BARBIERI, 2009, p. 207-208.

⁶⁹ Ibid., p. 182.

⁷⁰ Ibid, p. 185-186.

A norma NBR 16001 se aplica a qualquer empresa que esteja disposta a implantar, manter e aprimorar um sistema de gestão de responsabilidade social. Não existe obrigatoriedade na adesão das normas de responsabilidade social, não existem leis que obriguem uma empresa a ser socialmente responsável. Entretanto o que se percebe é cada vez maior o número de organizações⁷¹ que optam em aderir, talvez pelo marketing que isso promove perante seus clientes. Em Santa Catarina, pode-se citar algumas empresas associadas, tais como: Celesc, Dualina, Celulose Irani S/A, Eletrosul.

A diferença entre a NBR 16001 e a ISO 26000 está no foco da norma brasileira que é a busca da transparência com os *stakeholders*, enquanto a ISO 26000, que engloba esta característica, mas também requer uma tentativa de mudança da cultura organizacional.

A NBR 16001 é uma norma de especificidades e, portanto, exige, certificação, diferentemente da proposta da ISO 26000. A norma brasileira se baseia no mesmo

⁷¹ EMPRESAS ASSOCIADAS POR ESTADO

Estado	Qtde	%
AL - Alagoas	6	0,41
AM - Amazonas	12	0,81
AP - Amapá	1	0,07
BA - Bahia	71	4,80
CE - Ceará	17	1,15
DF - Distrito Federal	24	1,62
ES - Espírito Santo	26	1,76
GO - Goiás	23	1,56
MA - Maranhão	8	0,54
MG - Minas Gerais	99	6,69
MS - Mato Grosso do Sul	6	0,41
MT - Mato Grosso	11	0,74
PA - Pará	16	1,08
PB - Paraíba	4	0,27
PE - Pernambuco	20	1,35
PI - Piauí	1	0,07
PR - Paraná	54	3,65
RJ - Rio de Janeiro	196	13,25
RN - Rio Grande do Norte	7	0,47
RO - Rondônia	1	0,07
RS - Rio Grande do Sul	37	2,50
SC - Santa Catarina	28	1,89
SE - Sergipe	7	0,47
SP - São Paulo	798	53,96
TO - Tocantins	6	0,41

Fonte: Instituto Ethos, 2012

sistema de gestão das ISOs 9001 e 14001 – o modelo PDCA (*plan, do check, act*). Ela possui os requisitos necessários para que a organização saiba trabalhar com o seu público interno (colaboradores), além da busca pela relação ética com outros públicos, como governos, Ongs, sindicatos, comunidade, imprensa, entre outros. Apesar de seu caráter inovador, a norma ainda possui um perfil empresarial e é limitada quanto à agregação de um público potencial que poderia adotar as suas especificações.⁷²

A empresa que atua diretamente com o meio ambiente, ou seja, para desenvolver sua atividade empresarial precisa extrair recursos naturais, motivo pela qual, ofende o meio ambiente e deve ser socialmente responsável pelo mesmo.

Investir em responsabilidade social faz com que a organização se torne diferenciada no mercado, porque o consumidor está muito mais exigente, devido a facilidade do acesso à informação pela internet e outros meios de comunicação:

Não é nada demais o consumidor dar importância a quem lhe dá importância. O fato de a empresa investir e receber o reconhecimento por isso parece justo. Cada vez mais, as empresas responsáveis sociais e ambientalmente terão maiores chances não só de lucrar, mas de permanecer no mercado por maior tempo, pois o consumidor vem optando por empresas que sigam esse paradigma.⁷³

A grande cartada deste século é da ética empresarial do lucro com qualidade e sem comprometer o bem-estar de futuras gerações, não mais do lucro pelo lucro.

As práticas de Responsabilidade Social Empresarial estão cada vez mais numerosas e abrangentes no cenário nacional.

O ganho quantitativo é acompanhado por um salto qualitativo: as ações desenvolvidas pelas organizações deixam de ser voltadas exclusivamente para a comunidade e incluem práticas de interação com os demais públicos das empresas, como colaboradores, consumidores e clientes, fornecedores, meio ambiente, governo e sociedade.⁷⁴

Relacionam-se a seguir algumas empresas que são socialmente responsáveis, retirado dos indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, que participaram Global Compact⁷⁵ no ano de 2003⁷⁶:

⁷² ROCHA, 2011, p. 109-110.

⁷³ COSTA, 2007, p. 13.

⁷⁴ INSTITUTO ETHOS. **Práticas empresariais de responsabilidade social:** relação entre os princípios do Global Compact e os indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial. São Paulo: Instituto Ethos, 2003, p. 14.

⁷⁵ O Global Compact é um programa da Organização das Nações Unidas que procura mobilizar a comunidade empresarial internacional na promoção de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho e meio ambiente. Desenvolvido pelo secretário-geral, Kofi Annan, ele determina que as empresas devam contribuir para a criação de uma estrutura socioambiental consistente, em mercados livres e abertos, assegurando que todos desfrutem os benefícios da nova economia global. O programa propõe um pacto global

Princípio nº 1: As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente.

Quadro 01 – Proteção de direitos Humanos

EMPRESA	PROJETO
ABN Amro Real S.A	Programa de Preparação para a Aposentadoria.
Alumina do Norte do Brasil S.A.	Projeto Social Bancarena do futuro
Banco do Brasil S. A.	Fórum de Recursos Humanos Programa Adolescente Trabalhador – PAT Programa BBeducar Criação da Fundação Banco do Brasil Banco do Brasil no Programa Fome Zero
Cia do Vídeo	Ação Social em apoio à criança com câncer
Companhia de Concessões Rodoviárias (CCR)	Programa Autoban Educando para o Trânsito
Eletrosul	Casa Aberta
Franquia McDonald's	Projeto Resgatando
Grupo Votoratim	Projeto Viver
Marisol	Marisol em família
Natura	Atuação da gerencia de ação social
Pão de Açúcar	Programa de educação para o Desenvolvimento Humano Investimentos em Recursos Humanos
Petrobrás	Programa Brincando a Gente Aprende
Sesi – Serviço Social da Indústria DR BA	Largada 2000 Esporte Solidário Programa Social de Ação Complementar à Escola
Unimed	Programa com foco na infância e na adolescência
Yázigi	Cidadãos do Mundo

Fonte: Instituto Ethos (2003) – Elaboração da autora, 2012.

para atuação das empresas em torno de nove princípios básicos, inspirados em declarações e princípios internacionais.

⁷⁶ INSTITUTO ETHOS, 2003, p. 22-27.

Princípio nº 2: Assegurar-se de sua não participação em violações desses direitos.

Quadro 02 – Não Participação da empresa na violação dos direitos humanos

EMPRESA	PROJETO
Companhia Siderúrgica de Tubarão	Identificação das expectativas das partes interessadas Programa de Qualificação de Fornecedores
F Hoffmann-LaRoche	Programa Qualidade de Vida
Grupo Rede	Indicadores laborais, sociais e ambientais Treinamento de eletricitista terceirizados
Laboratório Leme	Acesso e eficiência dos canais de comunicação
Leader Magazine	Treinamento Experiencial ao ar livre
McDonald's	Definição e disseminação dos valores da empresa
Pão Chic	Respeito Profissional pelos Terceirizados
Pulsar Informática Ltda.	Treinamento integrado para funcionários e terceirizados
Robert Bosch	Programas que fortalecem as diretrizes estratégicas
Sant'Anna Simões Pires	Compartilhar para consolidar novas práticas de gestão
Serasa	Gestão da Cultura Organizacional
Visanet	Tratamento equilibrado a colaboradores terceirizados

Fonte: Instituto Ethos (data) – Elaboração da autora, 2012.

Princípio nº 3: As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.

Quadro 03 – Apoio a liberdade de Associação e reconhecimento do direito à negociação coletiva.

EMPRESA	PROJETO
AGCO	Participação em entidades setoriais Relacionamento Transparente com os sindicatos
Canasvieiras	Diálogo e respeito aos direitos do trabalhador
Panificadora Lira&Lira	Relações responsáveis com a concorrência
Shell	Comunicação aberta com a comunidade

Fonte: Instituto Ethos (2003) – Elaboração da autora, 2012

Princípio nº 4: Apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.

Quadro 04 – Eliminação do trabalho compulsório

EMPRESA	PROJETO
Banco Itaú	Política de demissões
Comgás	Programas de demissão voluntária e consensual
Panificadora Fernandes	Responsabilidade frente às demissões
Samarco	Política de benefícios
Shell	Benefícios a funcionários desligados
Souza Cruz	Recolocação e requalificação de ex-funcionários
Visanet	Postura responsável em relação às demissões

Fonte: Instituto Ethos (2003) – Elaboração da autora, 2012

Princípio nº 5: Apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil.

Quadro 05 – Erradicação do Trabalho Infantil

EMPRESA	PROJETO
Bank Boston	Projeto Russas
Kannenberg	Programa “O futuro é agora”
Pulsar Informática Ltda.	Apoio à erradicação do trabalho infantil

Fonte: Instituto Ethos (2003) – Elaboração da autora, 2012

Princípio nº 6: Apoiar a igualdade de remuneração e a eliminação da discriminação no emprego.

Quadro 06 – Igualdade de remuneração e eliminação de discriminação laboral

EMPRESA	PROJETO
Companhia Siderúrgica de Tubarão	Programa de Qualificação de Fornecedores
F. Hoffmann-LaRoche	Programa de Qualidade de Vida
Grupo Rede	Treinamento de eletricitistas terceirizados
Pulsar Informática Ltda.	Treinamento integrado para funcionários e terceirizados
Visanet	Tratamento equilibrado a colaboradores terceirizados

Fonte: Instituto Ethos (2003) – Elaboração da autora, 2012

Princípio nº 7: as empresas devem adotar uma abordagem preventiva para os desafios ambientais.

Quadro 07 – Prevenção para os desafios ambientais

EMPRESAS	PROJETO
Canasvieiras	Programa de conscientização ambiental Relações de troca e de comunicação com a comunidade
Cataguases	Campanhas educativas para preservar o meio ambiente
Comgás	Projeto de inspeção em obras e serviços Programa de prevenção de danos Sistema de gestão ambiental
Eletrobrás	Defesa do patrimônio arqueológico
Grupo REDE	Descarte de equipamentos elétricos isolados à base de Askarel
Hospital Ana Costa	Programa de educação ambiental – Turma do Meio Ambiente
Laboratório Fleury	Programa de avaliação ambiental
Laboratório Oswaldo Cruz	Movimento Vida
Panificadora Santa Clara	Apoio à Educação Ambiental
Petrobrás	Estratégias de marketing e comunicação
Souza Cruz	Clube da Árvore
Takaoka	Gênesis: uma lição de ecologia

Fonte: Instituto Ethos (2003) – Elaboração da autora, 2012

Princípio nº 8: desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.

Quadro 08 – Iniciativas de responsabilidade ambiental

EMPRESAS	PROJETOS
Banco do Brasil	Relatório de Responsabilidade Socioambiental

Comgás	Sistema de gestão ambiental
CSN	Gestão Ambiental da CSN
Companhia Siderúrgica de Tubarão	Programa Interagir de Educação Ambiental
Eletrobrás	Recuperação da faixa ciliar do rio Itajaí-Açu Implementação de hortas comunitárias
Embraco	Projeto Top Verde
F. Hoffmann-LaRoche	Programa de Meio Ambiente
Grupo Rede	Projeto Tuiuiú Vivo
Laboratório Fleury	Programa de redução de danos ambientais
Motorola	Projeto Papyrus
Panificadora Esplendor	Racionalização do uso de recursos críticos
Petrobrás	Sistema de Gestão Ambiental
Philips	Aprendendo com a Natureza
Pousada do Rio Quente	Gestão Ambiental e melhoria da qualidade de vida
Ripasa	Redução do impacto ambiental
Samarco	Apresentação do desempenho Ambiental Redução do consumo de óleo lubrificante Programa de Gestão Ambiental Programa casa da Arvore
Sant'Anna Simões Pires	Auxílio à comunidade e conservação do meio ambiente
Shell	Diagnóstico dos grupos de interesses Ações diversificadas de preservação ambiental

Fonte: Instituto Ethos (2003) – Elaboração da autora, 2012

Princípio nº 9: incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.

Quadro 09 – Desenvolvimento de tecnologias ambientalmente sustentáveis

EMPRESA	PROJETO
Banco do Brasil	Projeto Sertão do Carangola
Comgás	Sistema de Gestão Ambiental
CSN	Gestão Ambiental da CSN

Companhia Siderúrgica de Tubarão	Programa interagir de Educação Ambiental
Eletrobrás	Recuperação da faixa ciliar do rio Itajaí-Açu Implementação de hortas comunitárias
Embraco	Projeto Top Verde
Grupo Algar	Implantação do SGA – Sistema de Gestão Ambiental
Motorola	Projeto Papyrus
Pousada do Rio Quente	Gestão Ambiental e melhoria da Qualidade de vida
Samarco	Redução e controle de emissão de particulados para a atmosfera Redução do consumo de óleo lubrificante Programa de Gestão Ambiental
Shell	Ações diversificadas de preservação e educação ambiental

Fonte: Instituto Ethos (2003) – Elaboração da autora, 2012.

A empresarialidade, conforme visualizada no primeiro capítulo do presente estudo, pôde ser entendida num sentido mais profundo do que o termo empresa, sendo considerada como a atividade empresarial em movimento constante e sucessivo, abarcando novos valores a sua atividade.

Neste sentido, o princípio da função social vem como força total, como decorrência do princípio da preservação da empresa, ao passo que se deve preservá-la para que possa cumprir a sua função social, tais como: geração de empregos, arrecadação de tributos, entre outros.

É notório que não se restringe tão somente à aplicação desta função, uma vez que, o termo responsabilidade social empresarial surge com o objetivo de intensificar a ética nas atitudes empresariais para com toda a sociedade, visando ao bem comum, como, por exemplo, preservando o meio ambiente como forma de garantir dignidade às gerações futuras.

Destarte, o próximo capítulo versará sobre o levantamento e análise da responsabilidade social aplicada na empresa SOUZA CRUZ S. A., sendo esta, uma das empresas apontadas pelo Instituto Ethos, conforme disposto nas tabelas supracitadas.

4 A RESPONSABILIDADE SOCIAL NA SOUZA CRUZ S.A.

Neste cenário de Responsabilidade Social, advindo com a nova empresarialidade, trazida pelo Código Civil de 2002, fez com que as empresas agregassem aos seus objetivos e metas, a busca pela excelência na atribuição da qualidade nas relações e na sustentabilidade econômica, social e ambiental.

A sociedade brasileira espera que as empresas cumpram um novo papel no processo de desenvolvimento, que elas sejam agentes de uma nova cultura, atores de mudança social e construtoras de uma sociedade melhor. A classe empresarial tem demonstrado essa preocupação, interessando-se em fazer parte desse processo gradual que vem ao encontro das expectativas da sociedade brasileira.¹

Por outro lado, não se pode deixar de mencionar que algumas empresas, a exemplo da Souza Cruz S. A, objeto do presente estudo, que atua no meio empresarial com a produção de cigarros, mesmo que tal produto seja lícito, seja causador de várias doenças, podendo até ocasionar o óbito das pessoas, na qual, gera uma ofensa a uns dos preceitos mais importantes trazidos pela Constituição Federal, a proteção à vida e à saúde.

4.1 SOUZA CRUZ S. A.

4.1.1 Histórico da Souza Cruz S. A.

No dia 25 de abril de 1903, o jovem imigrante português Albino Souza Cruz colocava em funcionamento a primeira máquina do Brasil a produzir cigarros já enrolados em papel.²

Com apenas 16 funcionários trabalhando em um sobrado no Centro do Rio de Janeiro, o fundador da Souza Cruz produziu a sua primeira marca de cigarros, a Dalila.³

Em 1910, a Souza Cruz comprou a imponente Imperial Fábrica de Rapé Paulo Cordeiro, na rua Conde de Bonfim, nas matas da Tijuca, e instalou a sua primeira fábrica.⁴

Já em 1914, Albino Souza Cruz transformou a sociedade em companhia, passando o controle acionário ao grupo British American Tobacco.⁵

¹ TENÓRIO, 2006, p. 51.

² SOUZA CRUZ. Souza Cruz S.A. Disponível em http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V9K2W?opendocument&SKN=1. Acesso em 19 maio 2012.

³ Ibid.

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

No dia 25 de abril de 2003, a empresa celebrou seu primeiro centenário com a inauguração da fábrica Cachoeirinha, no Rio Grande do Sul, colocando em operação uma das mais modernas unidades produtoras de cigarros do mundo, a empresa enfatizou o valor mais importante da sua origem e do grupo British American Tobacco: a visão e a crença no futuro.⁶

Em uma ampliação do complexo industrial de Cachoeirinha, em 2007, foi inaugurado o Centro de Pesquisas e Desenvolvimento, que hoje se chama Regional Product Centre Americas.⁷

Na atualidade, a Souza Cruz é líder do mercado nacional. A empresa detém seis, das dez marcas mais vendidas no Brasil, entre as quais: derby, hollywood, free, dunhill, lucky strike e vogue – consolidada inclusive no estrangeiro. Cada maço é vendido por, aproximadamente R\$ 5,00 (cinco reais), e, sendo que a empresa produz cerca de 80 bilhões de cigarros por ano, percebe-se um faturamento elevado⁸. A participação da Souza Cruz é de 61,0% do mercado total brasileiro.⁹

A empresa é atuante em todo o ciclo do produto, desde a produção, o processamento de fumo, até a fabricação e distribuição de cigarros, na qual atende diretamente a cerca de 260 mil varejos em todo o País.¹⁰

Na produção de fumo, são cerca de 40 mil produtores integrados, que recebem assistência técnica da companhia. Além do processamento de fumo para a fabricação própria de cigarros, destinada ao mercado nacional, o sistema de produção integrada da Souza Cruz

⁶ SOUZA CRUZ, loc. cit.

⁷ Ibid.

⁸ Esses fatores fazem com que seis das dez marcas de cigarros mais vendidas no país tenham o selo Souza Cruz. Liderando todos os segmentos do mercado, as campeãs de venda da Companhia são Derby, Hollywood, Free e Dunhill. Derby, a marca mais vendida do Brasil, ocupa esta liderança desde o seu lançamento, em 1993, e é responsável por um em cada três cigarros vendidos legalmente no país. Em maio de 2008, Derby recebeu do INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial) o reconhecimento mais importante que uma marca pode ter no Brasil: o alto renome. Marcas históricas

Em mais de cem anos de história, foram dezenas de marcas. Algumas vieram, saíram, voltaram em nova forma. Outras evoluíram por décadas. Cada uma delas conta um pedaço da história da Souza Cruz. A primeira foi a Dalila, do endereço inicial da Souza Cruz, na Rua Gonçalves Dias, no Rio de Janeiro, em 25 de abril de 1903. Inicialmente como marca dos inovadores cigarros industrializados, ela se tornaria conhecida mais tarde, em 1915, na forma de cigarrilhas que a empresa produziu. A marca foi, mas a inovação ficou Odalisca foi a marca que lançou a embalagem de cigarros com papel aluminizado, na década de 20. Com grande sucesso de público, a novidade espalhou-se pelos outros produtos Souza Cruz e foi copiada pela concorrência. Em 1931, chegava ao mercado a marca Hollywood, lançada para concorrer com Monroe, da fábrica Veado, onde Albino Souza Cruz começou a trabalhar quando chegou de Portugal. Conquistando logo o público, ficou sempre entre as mais vendidas e, com o lançamento da versão king size com filtro, em 1967, prosseguiu sua carreira de sucesso, chegando aos anos 80 como marca mais vendida no Brasil e sexta no mundo. E continua no mercado como a marca que soube evoluir por mais tempo. Quando o assunto é liderança de mercado, dois nomes se destacam. Continental, lançado em 1936, chegou a ter tanto sucesso que, em 1959, suas vendas representavam 63% do volume total da Souza Cruz. O atual Derby é líder do mercado brasileiro desde o seu lançamento, em 1993, e detém mais de um terço do mercado.

⁹ SOUZA CRUZ, loc. cit.

¹⁰ Ibid.

produz mais de 120 mil toneladas de fumo para exportação, atendendo mais de 40 países nos cinco continentes.¹¹

Mais do que milhares de empregos,¹² a Souza Cruz auferir lucros exorbitantes e, por este motivo, é considerada um dos maiores grupos empresariais brasileiros, uma companhia aberta cotada na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), integrante do grupo British American Tobacco - presente em 180 países, empresa esta que detém 75,30% (setenta e cinco, trinta por cento) das ações da Souza Cruz, de acordo com dados fornecidos pela BOVESPA¹³. A Souza Cruz posiciona-se entre os 10 maiores contribuintes de tributos no Brasil.¹⁴

4.1.2 Visão e valores da Souza Cruz

Segundo dados extraídos do site da Souza Cruz, sua visão é “liderar o mercado brasileiro de produtos de tabaco de forma responsável e inovadora, assegurando a sustentabilidade do negócio através do desenvolvimento de nossos talentos e de nossas marcas”.¹⁵

A Companhia tem o intuito de colocar à disposição dos consumidores os melhores produtos de tabaco e ser uma empresa de sucesso na indústria onde atua, correspondendo aos objetivos de negócio do grupo British American Tobacco.¹⁶

Suas políticas de produto, distribuição, preço e promoção se baseiam em estudos realizados regularmente junto aos consumidores finais e varejistas. Trata-se de identificar as expectativas dos clientes, para atendê-las da melhor forma possível. Visa conquistar a preferência do consumidor adulto e já fumante, conhecendo-o cada vez mais e adequando a oferta às suas expectativas.¹⁷

A Souza Cruz parte do pressuposto legal e irrefutável de que os consumidores adultos são capazes de tomar suas próprias decisões. Por isso, ela se empenha em fornecer a esses consumidores informações relevantes sobre os produtos da qual fabrica e comercializa. Para tanto, aduz a empresa que adota uma série de princípios de conduta ética e responsável,

¹¹ SOUZA CRUZ, loc cit

¹² A empresa conta com mais de seis mil funcionários e chega a empregar nove mil pessoas no período de compra e beneficiamento de fumo.

¹³ BOVESPA, disponível em <http://www.bmfbovespa.com.br/cias-listadas/empresas-listadas/ResumoEmpresaPrincipal.aspx?codigoCvm=4057&idioma=pt-br>. Acesso em 27 maio 2012. Nesta data, as ações da Souza Cruz S. A. fecharam em alta - 1,54%

¹⁴ SOUZA CRUZ, loc cit

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

que norteiam sua política de comunicação e relacionamento com os mais diversificados públicos.¹⁸

4.1.2.1 Dos princípios adotados pela Souza Cruz S.A.

1. Orientada ao Consumidor

A mais bem sucedida empresa de tabaco será uma escolha do consumidor. Para vencer, a empresa acredita que deve entender as demandas do consumidor de forma a atendê-las.¹⁹

2. Competitividade no Mercado Interno

A Souza Cruz afirma que os “campos de batalha” são nacionais. É onde estão os consumidores, parceiros de negócio, stakeholders e colaboradores. “É neste campo que vendemos cigarros, geramos receita e desenvolvemos talentos”.²⁰

3. Globalmente Alinhada

Busca ser uma empresa global, na qual possui estratégias globais e uma escala global conquistada com muito empenho, onde precisa usá-las e potencializá-las para vencer a concorrência global. E isso exige coesão e disciplina globais.²¹

4. Diversidade nas Equipes

A empresa acredita no valor das equipes e na sua diversidade, valoriza a individualidade na busca pelos objetivos da equipe, e, ainda acredita que a criatividade individual e a contribuição possam e devam existir para que tenham sucesso.²²

5. Bons Líderes

As pessoas se lembram de bons líderes. Daqueles que dedicaram tempo para ouvi-las, orientá-las, desenvolvê-las e confiaram nelas. São esses líderes que contribuíram para o sucesso dessas pessoas. A Souza Cruz acredita em bons líderes. Eles tendem a ser bem sucedidos, na qual, fazem as crenças da empresa se tornarem realidade.²³

¹⁸ SOUZA CRUZ, loc cit

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid..

²¹ Ibid.

²² Ibid.

²³ Ibid.

6. Receptiva e um Bom Lugar para Trabalhar

Visam proporcionar uma organização receptiva e acolhedora, fazendo com que seus empregados sintam-se à vontade²⁴.

7. Em Forma e Prontos para a Batalha

Segundo a empresa, os concorrentes têm poder e determinação.

Nós valorizamos o bom relacionamento dos nossos colaboradores, porém reconhecemos que devemos ser determinados e exigentes. Liderar a indústria requer mais do que escala e líderes. Precisamos estar prontos para competir. Temos que ser ágeis e rápidos. Devemos ser responsáveis por nossas ações.²⁵

8. Consciência Responsável

A companhia afirma que age com responsabilidade e transparência, na qual afirma estar orgulhosa e confortável por fazer a coisa certa e aceita os custos que isto pode resultar.²⁶

4.1.3 Responsabilidade social

Quando o assunto é reponsabilidade, a Souza Cruz expõe que em todo o mundo existe uma tendência que exige das empresas uma atuação socialmente responsável, o que corresponde à sua participação como agentes de desenvolvimento social e ambiental e não apenas econômico.²⁷

Para definir os padrões de comportamento e as crenças da Companhia foram desenvolvidos três Princípios de Negócios:

- a) **Benefício Mútuo:** Tendo como direção principal agregar valor para os acionistas a longo prazo, a Souza Cruz compreende e considera as necessidades de todos os segmentos da sociedade que influenciam direta ou indiretamente os negócios da Empresa
- b) **Gestão Responsável do Produto:** Os produtos da marca Souza Cruz são desenvolvidos, manufaturados e comercializados de forma responsável, atendendo à legislação vigente e à demanda do consumidor adulto fumante com relação a um produto lícito cujo consumo está associado a riscos
- c) **Boa Conduta Empresarial:** O sucesso do negócio traz consigo a obrigação de altos padrões de comportamento e a integridade em tudo o que a Companhia faz e onde opera.²⁸

²⁴ SOUZA CRUZ, loc cit

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

²⁸ Ibid.

Cada um deles formam a base sobre a qual a Souza Cruz administra todas as suas operações. Eles cobrem os principais aspectos que sustentam a sua Responsabilidade Social Corporativa, bem como, são condizentes com os valores que expressam a cultura da empresa: Diversidade, Mente Aberta, Espírito Empreendedor e Liberdade com Responsabilidade.²⁹

Em mais de um século de história, desde a sua fundação, em 1904, a empresa afirma que sempre participou efetivamente de projetos sociais, educacionais e ambientais. Do apoio a campanhas à criação de projetos próprios, a Souza Cruz foi ampliando o seu âmbito de atuação.³⁰

Na Souza Cruz, o cuidado com o meio ambiente vem de muito tempo. Há 25 anos, quando pouco se falava sobre neutralização das emissões de carbono no Brasil, a empresa já trabalhava nesse sentido. Fruto desse esforço, atualmente, do total de energia consumida pela Souza Cruz, cerca de 58% é proveniente de biomassa (uso de lenha na geração de vapor). Toda a lenha utilizada é renovável e produzida em fazendas da própria empresa, que mantém também várias áreas de proteção ambiental. A Souza Cruz também é parceira da Bovespa no projeto “Em Boa Companhia”, que concentra as empresas que mais contribuem em projetos de responsabilidade social.³¹

A Souza Cruz é uma das primeiras 500 empresas signatárias do Global Compact³², um tratado da ONU (Organização das Nações Unidas) que estabelece 10 princípios trabalhistas, de anticorrupção, proteção ambiental e direitos humanos que devem ser seguidos pelas organizações na busca de um mundo melhor. As empresas signatárias se comprometem anualmente a enviar o Comunicado de Progresso, relatando suas ações em progresso, condizentes com os princípios do tratado.³³

Os princípios trazidos pela Global Compact, que são derivados da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da Declaração da Organização Internacional de Trabalho

²⁹ SOUZA CRUZ, loc cit

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

³² O Pacto Global é uma iniciativa desenvolvida pelo ex secretário da ONU, Kofi Aman, com o objetivo de viabilizar a comunidade empresarial internacional para a adoção, em suas práticas de negócios, de valores fundamentais e internacionalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção refletidos em 10 princípios. Essa iniciativa conta com a participação das Nações Unidas, empresas, sindicatos, organizações não governamentais e demais parceiros necessários para a construção de um mercado global mais inclusivo e igualitário. Hoje são mais de 5.200 organizações signatárias articuladas por 150 redes ao redor do mundo. O Pacto Global não é um instrumento regulatório, um código de conduta obrigatório ou um fórum para policiar as políticas e práticas gerenciais. É uma iniciativa voluntária que procura fornecer diretrizes para a promoção do crescimento sustentável e da cidadania, através de lideranças corporativas comprometidas e inovadoras. O Pacto Global conta com um website referencial sobre cidadania empresarial com informações sobre as empresas signatárias no Brasil e no mundo (www.unglobalcompact.org). Além de dar complementaridade às práticas de responsabilidade social empresarial e ser um compromisso mundial, o Pacto Global é uma iniciativa importante e base para a criação da ISO 26000 da RSE. (PACTO GLOBAL, 2012, disponível em <http://www.pactoglobal.org.br/dezPrincipios.aspx>. Acesso em 02 junho de 2012)

³³ SOUZA CRUZ, loc. cit.

sobre Princípios e Direitos Fundamentais do Trabalho, da Declaração do Rio sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção, da qual a Souza Cruz se diz signatária são³⁴:

Princípios dos Direitos Humanos

- 1) As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente e,
- 2) Assegurar-se de sua não participação na violação destes direitos.

Princípios do Direito do Trabalho

- 3) As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento do direito efetivo do direito à negociação coletiva;
- 4) A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
- 5) A abolição efetiva do trabalho infantil e,
- 6) Eliminar a discriminação de emprego

Princípios atinentes ao Meio Ambiente

- 7) As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
- 8) Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental;
- 9) Incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis;

Princípio Contra a Corrupção

- 10) As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

A Souza Cruz concorda com uma regulamentação³⁵ sensata que mantenha os consumidores informados sobre os riscos à saúde associados ao consumo de produtos derivados do tabaco.³⁶

³⁴ GLOBAL COMPACT, disponível em <http://www.pactoglobal.org.br/dezPrincipios.aspx>. Acesso em 27 maio de 2012.

³⁵ Histórico da legislação: O Brasil é um dos países mais rigidamente regulamentados do mundo no que se refere a produtos derivados do tabaco. Veja a seguir um breve histórico da legislação sobre estes produtos: em 1988, a Portaria nº. 490/88 (Advertência): impôs a inclusão de uma cláusula de advertência com o seguinte teor: "O MINISTÉRIO DA SAÚDE adverte: fumar é prejudicial à saúde." A Constituição Federal (Restrição à Publicidade): autorizou a imposição de restrições a propaganda de tabaco, bebidas alcóolicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias. No ano de 1996, a Lei Federal 9.294/96, abrodou a primeira limitação legal específica

Em maio de 1999, durante a 52ª Assembléia Mundial da Saúde, a Organização Mundial da Saúde (OMS) acordou com 192 países a elaboração da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (Framework Convention on Tobacco Control (FCTC)). Trata-se de um tratado internacional que tem orientado a formulação de políticas públicas nas áreas de saúde nos países signatários. Essa iniciativa tem como objetivo reduzir o consumo do tabaco no

para uso e propaganda de produtos fumígenos; restringiu a propaganda comercial do produto em emissoras de rádio e televisão ao horário entre às 21h e 6h; estabeleceu diversas restrições quanto à propaganda, tais como: não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável; não induzir o consumo, o bem-estar ou saúde; não associar a celebrações cívicas ou religiosas; não associar ideias ou imagens de êxito na sexualidade; não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, etc. Em 1999, a Criação da ANVISA - RDC 320/99 ANVISA que dispôs sobre o registro cadastral anual dos produtos fumígenos por marca ou versão. Portaria 695/99 do Ministério da Saúde (advertência): introduziu novas cláusulas de advertência escritas: “O Ministério da Saúde Adverte”: Fumar causa câncer de pulmão; Fumar provoca infarto do coração; A nicotina é droga e causa dependência; Fumar causa impotência sexual; Crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando.” Após, a Lei Federal 10.167/00, limitou sobre o uso da propaganda comercial dos produtos basicamente aos pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. Foi proibida a propaganda por meio eletrônico, inclusive Internet, o patrocínio de eventos esportivos e culturais a partir de setembro de 2005, a comercialização em estabelecimentos de ensino e saúde, a venda por via postal, distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde e também a realização de visita promocional. Em 2011, o **RDC 46/01 ANVISA**, estabeleceu teores máximos de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono (10mg, 1mg, 10mg) e impôs a inserção da cláusula de advertência escrita adicional: “Não existem níveis seguros para consumo destas substâncias”. Vedou a utilização das denominações: ultra baixo teor, baixo teor, suave, light, soft e quaisquer outras que possam induzir o consumidor a erro em relação aos riscos associados ao consumo de cigarros. Impôs a obrigatoriedade da impressão dos teores na embalagem. O **RDC 105/01 ANVISA**, Impôs a obrigatoriedade de cadastro das empresas fabricantes. Impôs obrigação de informação sobre a composição dos produtos. O **RDC 14/01 da ANVISA**: impôs a obrigatoriedade de veiculação de imagens de advertência. Já no ano de 2003, o **RDC 15/03 da ANVISA**, define o conceito de propaganda (meio eletrônico, internet, meio impresso e qualquer forma de comunicação com o público). Define a parte interna do ponto de venda: área fisicamente delimitada localizada no interior do estabelecimento comercial e destinada à venda de produtos derivados do tabaco e seus acessórios. O **RDC 335/03 ANVISA**, determinou a inclusão de novas advertências contendo imagens disponibilizadas pela ANVISA em toda extensão da maior face visível da embalagem, precedidas da cláusula de advertência escrita: 1. Esta necrose foi causada pelo consumo do tabaco; 2. Fumar causa impotência sexual; 3. Crianças que convivem com fumantes têm mais asma, pneumonia, sinusite e alergia; 4. Ele é uma vítima do tabaco. Fumar causa doença vascular que pode levar a amputação; 5. Fumar causa aborto espontâneo; 6. Ao fumar você inala arsênico e naftalina, também usados contra ratos e baratas; 7. Fumar causa câncer de laringe; 8. Fumar causa câncer de boca e perda dos dentes; 9. Fumar causa câncer de pulmão; 10. Em gestantes, fumar provoca partos prematuros e o nascimento de crianças com peso abaixo do normal. Determinou ainda, a inclusão de advertência escrita alertando sobre a proibição da venda para menores de 18 anos – ¼ de uma das laterais, determinou a inclusão de advertência escrita sobre as 4.700 substâncias tóxicas na embalagem e comunicação – ¾ de uma das laterais, proibiu o uso de qualquer tipo de invólucro ou dispositivo que impeça ou dificulte a visualização da imagem padrão, ou de recursos, tais como cartões ou adesivos, que possam ser utilizados pelo consumidor para encobrir a imagem; facultou a impressão de teores nas embalagens. O **RDC 346/03 ANVISA**, estabeleceu novas regras para fins de cadastramento dos produtos fumígenos e das empresas de tabaco, determinando a renovação do registro das marcas até 31 de março de cada ano. A Lei Federal 10.702/03 permitiu o patrocínio de evento esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país até 30 de setembro de 2005. Em 2006, o **RDC 86/06 ANVISA** determinou a alteração do número do Disque Pare de Fumar para Disque Saúde nas imagens de advertência de propagandas e embalagens de cigarros. No ano de 2007, o **RDC 90/07 ANVISA** estabeleceu novas regras, prazos e procedimentos para importação, exportação, registro e renovação dos produtos comercializados em território nacional. Estabeleceu prazo de 30 dias para deferimento, por parte da Agência, das alterações realizadas na embalagem. Impôs a necessidade de informação de ingredientes por marca/ versão. No ano de 2008, o **RDC 54/2008 ANVISA**

- Alterou as imagens de advertência em toda extensão da maior face visível da embalagem e materiais de comunicação dos derivados do tabaco. Texto retirado de SOUZA CRUZ, loc. cit.

³⁶ SOUZA CRUZ, loc. cit.

mundo. A Convenção-Quadro foi aderida pelo Brasil em junho de 2003, aprovada pelo Congresso Nacional e ratificada pelo Governo Brasileiro em novembro de 2005.³⁷

A Souza Cruz aderiu às propostas da Convenção-Quadro, que visam a combater o comércio ilícito, por exemplo, e grande parte das suas atividades empresariais está em linha com as expectativas do referido tratado. No entanto, a Companhia discorda frontalmente, dentre outras disposições da Convenção-Quadro, no banimento do cultivo de fumo no Brasil, ressaltando que o país é o maior exportador mundial do produto e que esta decisão governamental teria graves consequências econômicas e sociais para o País.³⁸

A Souza Cruz acredita que os projetos que apoia devem contemplar suas práticas empresariais responsáveis e o impacto nas comunidades e é por isso que a Empresa associa explicitamente suas atividades comunitárias aos seus Princípios de Negócios: “Nós acreditamos em agregar valor às comunidades onde operamos”.³⁹

Na esfera econômica, está entre as 15 mais ricas economias do mundo, com uma plataforma industrial robusta, um segmento de agronegócio competitivo e serviços financeiros extremamente sofisticados. Demonstra a empresa estar permanentemente engajada no processo de relacionamento com seus principais stakeholders, na qual decidiu adotar as seguintes prioridades para o Investimento Social Corporativo, vejamos⁴⁰:

Agricultura sustentável e meio ambiente

Sendo a Souza Cruz uma das principais compradoras de fumo do Brasil, com mais de 43 mil produtores rurais envolvidos no Sistema Integrado de Produção. E, para garantir a sustentabilidade deste sistema, o Investimento Social Corporativo contribui através de diversas iniciativas que visam a preservação da biodiversidade e uso racional da água, o reflorestamento, a erradicação do trabalho infantil e adolescente na lavoura e ainda a realização de parcerias em pesquisas e apoio à diversificação de lavouras.

Além de investir em iniciativas ambientais ligadas às suas operações industriais, através da utilização de energia renovável, reutilização de efluentes tratados e captação de água da chuva para utilização em seu processo produtivo.⁴¹

A seguir, os projetos realizados pela Souza Cruz⁴²:

³⁷ SOUZA CRUZ, loc. cit.

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Ibid.

⁴² Ibid.

a) Plante milho e feijão após a colheita do fumo: Em parceria com as Secretarias Estaduais de Agricultura de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul e entidades estaduais de pesquisa e extensão rural, a Souza Cruz estimula e orienta seus produtores para o plantio de grãos após a colheita do fumo. O objetivo é diversificar as culturas, proteger o solo, aproveitar a adubação residual do fumo e aumentar a renda das pequenas propriedades rurais.

b) Festa do Milho & Feijão: Realizada de forma itinerante em municípios do Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul, a festa ajuda a promover a diversificação na pequena propriedade por meio do plantio destes dois grãos na entre safra de fumo. É uma grande festa na qual participam produtores, familiares, autoridades e técnicos agrícolas de toda a região.

c) SOL Rural: Desenvolvido em parceria com o SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural) dos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, este programa visa a implementar ações que promovam a melhoria da propriedade e da qualidade de vida do produtor e o acompanhamento da crescente demanda qualitativa do mercado de fumo.

d) Amigos da Mata Nativa: Capacitação de Orientadores Agrícolas a fim de conscientizar os produtores rurais para utilização de lenha reflorestada. São, ainda, firmadas parcerias para fomento e fornecimento de lenha de eucalipto para produtores que não possuem área disponível em suas propriedades.

e) Programa Reflorestar: Como a lenha representa a fonte de energia mais econômica para a secagem do fumo, o objetivo deste programa é incentivar os mais de 30 mil produtores de fumo secado em estufa à prática do reflorestamento com florestas de uso energético, eliminando o uso da lenha de mata nativa. Para tanto, a empresa fornece materiais educativos, orientação técnica e financiamento para a aquisição de mudas oriundas de viveiristas certificados.

f) Uso Racional de Agroquímicos: Este programa envolve técnicas diferenciadas de controle de pragas e doenças nas lavouras de fumo e incorpora o uso racional de agrotóxicos, preservando a saúde do produtor e o meio ambiente. A contínua redução da quantidade de agroquímicos utilizados pelos produtores da Souza Cruz coloca a lavoura de fumo entre as que menos utilizam defensivos agrícolas, mesmo quando comparadas com culturas alimentares.

g) Plano Diretor de Solos: Este programa tem por objetivo mostrar aos produtores que a água e o solo são recursos preciosos e por isso precisam ser preservados. Após um levantamento da aptidão do solo, é feito um planejamento de atividades que contemplam técnicas como correção da acidez, descompactação e plantio direto. São também destacados os cuidados com a água através da preservação da mata ciliar e proteção às fontes. Os conceitos de preservação da água e do solo são fundamentais para o desenvolvimento das atividades na pequena propriedade rural. Neste programa, a assistência técnica da Souza Cruz prioriza o planejamento das atividades como forma de melhor preservar estes valiosos recursos e garantir safras mais rentáveis para futuras gerações.

h) Propriedade Sustentável: Este programa é desenvolvido em parceria com a Federação dos Trabalhadores da Agricultura do Estado de Santa Catarina (Fetaesc) e a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri). O Programa visa o desenvolvimento sustentável da pequena propriedade fumicultora, levando em conta o planejamento de atividades, gestão financeira e respeito às questões socioambientais, tendo por base a capacitação gerencial do pequeno produtor.

i) Geração de Vapor e Energia: A Souza Cruz possui duas áreas na região Sul dedicadas ao reflorestamento e mais uma área na região Sudeste. Estas florestas fazem parte de um investimento em reflorestamento que tornaram a empresa auto-sustentável em lenha. Além de ser uma fonte de energia renovável, a lenha é utilizada em 99% dos processos e não contribui para o efeito estufa que é causado pela queima de combustíveis fósseis, como o petróleo.

Além de investir em energia renovável e mais limpa, a Souza Cruz foi mais longe ao enquadrar-se nos princípios e critérios do FSC – Forest Stewardship Council (Conselho de Manejo Florestal), uma organização internacional sem fins lucrativos que promove as boas práticas do manejo responsável das florestas naturais e plantadas em todo o mundo. O Selo Verde conquistado atesta que a Companhia pratica um manejo sem degradação do meio ambiente, com respeito às relações trabalhistas e à comunidade, e com uma produção florestal que gera renda suficiente para garantir a manutenção e melhoria dos recursos florestais.

j) Recolhimento de Embalagens de Agrotóxicos no RS, SC e PR: Em parceria com o Sinditabaco-RS (Sindicato da Indústria do Fumo) e com a Afubra (Associação dos Fumicultores do Brasil), a Souza Cruz promove e estimula o recolhimento de embalagens de agrotóxicos em 780 municípios, incluindo outras lavouras além das de fumo.

No Paraná, a coleta de embalagens de agrotóxicos é coordenada e realizada por diversas Centrais de Recolhimento espalhadas pelo Estado. As empresas que atuam na região são associadas às Centrais das cidades produtoras de tabaco, colaborando com as mesmas por meio da divulgação da coleta, e através do acompanhamento e participações em reuniões.

k) Parque Ambiental de Santa Cruz do Sul: Integrado à Usina de Processamento de Fumo de Santa Cruz do Sul, está o Parque Ambiental da Souza Cruz, que ocupa uma área de aproximadamente 65 hectares e é considerado um dos espaços de preservação ambiental com a maior diversidade de espécies do Rio Grande do Sul. Concebido para harmonizar e integrar a planta industrial da empresa com o meio ambiente, o parque possui mais de cinco mil árvores e arbustos plantados, de 600 espécies diferentes, divididas em coleções que podem ser conferidas através de um passeio por trilhas ecológicas.

O espaço beneficia diretamente os colaboradores da unidade, estudantes e produtores, proporcionando preservação, convivência harmoniosa com a natureza e desenvolvimento de pesquisas, além de ações de educação ambiental.

Junto ao Parque também está localizado o Jardim Escultórico, um espaço de interação entre arte, cultura e meio ambiente. No local, que abriga um anfiteatro ao ar livre com capacidade para 300 pessoas - considerado o segundo maior do Rio Grande do Sul -, também podem ser admiradas as obras Paisagem Gaúcha, de Paulo Backes; Caminho das Águas, de Irineu Garcia; e Flora, de Rogério Pessôa.

l) Parque Ambiental de Cachoeirinha: Em 2004, nas comemorações do primeiro aniversário da sua moderna fábrica no município de Cachoeirinha, na Grande Porto Alegre (RS), a Souza Cruz entregou à população o Parque Ambiental de Cachoeirinha - com espécies nativas da flora e da fauna regionais -, que ocupa 90% dos 208 hectares da planta industrial reservados à preservação. O parque tem como objetivo principal a preservação e recuperação da biodiversidade da região, resgatando espécies botânicas e animais que estavam praticamente em processo de extinção.

m) Jardim Sensorial: Com o objetivo de ampliar os públicos atingidos por suas ações de educação ambiental, o Jardim Sensorial é dirigido aos deficientes visuais que normalmente não têm acesso a parques e a projetos de educação ambiental que proporcionem a experiência da natureza. O jardim é uma bancada com plantas de diversas texturas e aromas, colocadas na altura da cintura dos visitantes, com um corrimão e placas em braile sobre as espécies. A proposta é despertar os sentidos através da natureza.

n) Parque Ambiental de Uberlândia: Em 2008, a Fábrica de Uberlândia comemorou 30 anos. Na cerimônia, foi lançado o Parque Ambiental Souza Cruz Uberlândia, o terceiro da Companhia.

Uma parceria com a Universidade Federal de Uberlândia, o parque abrange uma área de 40 hectares, formando um cinturão verde no entorno da fábrica. Destinado à preservação ambiental de espécies nativas do cerrado, o parque também é aberto a pesquisadores, a visitação pública e a ações de educação ambiental.

o) Reserva Particular do Patrimônio Natural - RPPN UNISC - Sinimbu-RS: A RPPN é uma forma de preservação da natureza, estabelecida pela legislação, em que um particular destina sua terra para a conservação, mas mantém sua propriedade. Além da preservação, a área pode ser objeto de atividades de estudos e até de algumas atividades econômicas específicas como o ecoturismo, por exemplo.

Em 2005, a Souza Cruz doou recursos financeiros para a UNISC (Universidade de Santa Cruz do Sul) adquirir uma área de cerca de 385 hectares no município de Sinimbu (RS) e destiná-la à constituição de uma Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN). A área foi reconhecida em 2008, pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), como uma RPPN federal.

p) Área em General Carneiro – PR: A preservação da biodiversidade da floresta de araucárias, uma das mais tradicionais e importantes do Paraná, motivou uma importante parceria. A Souza Cruz doou à Organização Não Governamental (ONG) Preservação recursos financeiros para a aquisição de uma área no município de General Carneiro (PR), a 274 quilômetros de Curitiba, com o objetivo de constituir mais uma RPPN.

A área está localizada em uma propriedade de 1254 hectares, em que aproximadamente 20% da área foi adquirida com os recursos financeiros doados pela Souza Cruz e o restante será comprado através de recursos oriundos da negociação de Cessão da Servidão Florestal.

A servidão florestal representa uma forma de regularização do passivo ambiental para proprietários que não possuem florestas em suas propriedades, recebendo o direito de uso da Reserva Legal de área excedente localizada em outra propriedade. Com essa parceria e o uso dessa ferramenta, pretende-se obter como resultado a adequação ambiental dos produtores rurais junto à legislação vigente e a diminuição do desmatamento, uma vez que os excedentes florestais não precisarão ser desmatados.

q) Operações Limpas: As operações da Souza Cruz em todo o país demonstram na prática o princípio da Boa Conduta Empresarial da Companhia, com os mais altos padrões internacionais de comportamento em relação ao meio ambiente.

r) Tratamento de Resíduos e Consumo de Água: A Souza Cruz mostra comprometimento e cuidados com o meio ambiente desde o projeto de suas fábricas e usinas de processamento de fumo.

As unidades fabris contam com Estações de Tratamento de efluentes líquidos e todos os resíduos são destinados a processos de reciclagem, reutilização e/ou compostagem. Em 1999, o percentual de reciclagem destes resíduos na Souza Cruz era de 78%. No ano de 2008, foi atingido o número de 96% de resíduos reciclados. O resultado final do processo de tratamento dos efluentes líquidos já torna, em alguns casos, a água adequada para uso em sistemas de refrigeração, rega, lavagem de pisos e outros usos onde não existe a exigência de uso de água potável.

s) Gestão de Mudanças Climáticas: Em 2008, a Souza Cruz concluiu um estudo pioneiro, mostrando que suas emissões de gases de efeito estufa são neutras ou compensadas por práticas ambientais.

Trabalhando em conjunto com uma consultoria especializada e certificada por uma empresa de auditoria externa, a Companhia monitorou todas as atividades da cadeia produtiva – inclusive a parte relacionada à produção de fumo no campo – e concluiu que 91% de todas as emissões de gases de efeito estufa são neutras. O restante (9%) é compensado pelas árvores plantadas e/ou preservadas nas áreas de preservação, parques ambientais e reflorestamentos mantidos pela Companhia.

Desenvolvimento local sustentável

A Souza Cruz opera em todo o país junto a 247 mil varejistas e uma rede de centenas de transportadores. Dessa forma, se esforça para que a sua cadeia de suprimentos

esteja em conformidade com os princípios de Responsabilidade Social das suas respectivas áreas de negócio⁴³.

Uma das prioridades de investimento é o desenvolvimento de atividades que visam melhorar a qualidade de vida das comunidades, incluindo apoio a instituições de educação e conservação da cultura local e nacional.

Os projetos realizados pela companhia são⁴⁴:

a) Voluntários Souza Cruz: O programa "Voluntários Souza Cruz" foi inspirado nas experiências bem-sucedidas dos grupos de voluntariado já existentes na Companhia. Com esse programa a Companhia disponibiliza ferramentas, informações e recursos para estimular o trabalho voluntário de seus colaboradores e assegurar o sucesso destas iniciativas, ao mesmo tempo em que reforça a cultura de responsabilidade social da Companhia e aprimora seu relacionamento com a comunidade. São duas campanhas realizadas anualmente, além do Sorrisão e do apoio financeiro a cerca de 40 projetos de voluntariado desenvolvidos por seus colaboradores nas comunidades ao longo do ano.

Em 2009, foram realizadas cerca de 220 ações voluntárias em todo o país, entre os 38 projetos desenvolvidos por voluntários e apoiados financeiramente pela empresa e as atividades realizadas nas campanhas: de Inverno, Sorrisão e Natal. Essa iniciativas engajaram cerca de três mil voluntários em uma rede de solidariedade que, em 2009, foi responsável por beneficiar mais de 25 mil pessoas, arrecadando e doando cerca de 15 toneladas de alimentos e mais de 30 mil itens entre roupas, cobertores, brinquedos e produtos de higiene e limpeza.

b) Sorrisão – Dia Nacional do Voluntariado Souza Cruz: Realizado sempre no último domingo de agosto em áreas públicas e/ou em organizações sociais sem fins lucrativos, é o dia em que alguns dos colaboradores da companhia se mobilizam para promover ações sociais em todo o Brasil.

c) Projeto Computador Social: Através da parceria entre Souza Cruz, sindicatos, prefeituras, federações e escolas do meio rural, esse programa busca ser uma ferramenta complementar para a erradicação da mão -de-obra infantil e adolescente nas lavouras de fumo.

A partir da doação de computadores, recondicionados pela Souza Cruz, são criados núcleos de informática em escolas do meio rural.

⁴³ SOUZA CRUZ, loc. cit.

⁴⁴ Ibid.

d) Projeto Frota Social: Com o intuito de contribuir para o desenvolvimento local das comunidades, a Souza Cruz promove parceria com entidades beneficentes de todo o país, a partir da doação de veículos usados de sua frota.

Participação cidadã

O foco dos investimentos está em oferecer treinamento, educação e oportunidades às pessoas para ajudá-las em seu desenvolvimento, ao mesmo tempo em que se promove o empreendedorismo.⁴⁵

A companhia oportuniza aos seus funcionários atividades como difusores dos conceitos de cidadania, buscando aprimorar o nível de responsabilidade social corporativa e ética organizacional.⁴⁶

A seguir os projetos desenvolvidos pela Souza Cruz⁴⁷:

a) Diálogos Universitários: O programa Diálogos Universitários é uma iniciativa da Souza Cruz que visa complementar a formação educacional, cultural e humanística dos universitários através da discussão de temas relevantes para esse público, além de apresentar, de forma aberta e transparente, informações e posicionamentos da Souza Cruz.

Realizado em parceria com Universidades e estruturas representantes de alunos (Empresas Juniores, DCE, CA etc.), e contando com a participação de diversos palestrantes de notório destaque no País, visa complementar a formação dos estudantes e contribuir para o empreendedorismo.

b) Portal Diálogos Universitários: Desenvolvido em parceria com Empresas Juniores, é um espaço democrático de discussão e reflexão que visa contribuir para o empreendedorismo e a formação acadêmica, cívica, ética e responsável dos universitários.

No Portal, buscamos estimular a criação, a reflexão e a conscientização através de bate-papos, concursos de textos, sugestão de leituras, charges, fotos, entre outras ferramentas. Queremos sempre ouvir o que o público tem a dizer, por isso, a interatividade é a marca do Portal.

⁴⁵ SOUZA CRUZ, loc. cit.

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Ibid.

c) Responsabilidade Social: Aqui Tem: O Programa Responsabilidade Social: Aqui Tem, desenvolvido pela Souza Cruz em parceria com a Fundação Dom Cabral (FDC), tem o objetivo de conscientizar e educar seus parceiros, os varejistas, quanto ao comportamento socialmente responsável. Para isso, a empresa também tem firmado parcerias com entidades representativas do setor a fim de que seja atingida a maior quantidade de varejos.

A Souza Cruz acredita que apenas adultos conscientes e bem-informados acerca dos riscos associados ao consumo de cigarros podem optar por consumi-los. Por isso, um dos objetivos do Programa é zelar pelo cumprimento da lei 10.702/2003, que proíbe a venda de cigarros a menores de 18 anos.

d) O Futuro é Agora! :Realizado em parceria com o Sindicato da Indústria do Fumo (SindiTabaco) e a Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra), este programa busca a erradicação do trabalho infantil e adolescente na lavoura de fumo através da conscientização dos produtores rurais e de seus filhos sobre a importância de estudar.

As ferramentas do trabalho são materiais informativos, encontros com a comunidade e a utilização de orientadores agrícolas, que atuam diretamente com os pais para a mudança de comportamento.

O programa, pioneiro no setor, teve início em 1998 e, a partir de 2008, foi iniciada a criação de uma Rede Social composta por agentes públicos e privados, além de representantes da indústria beneficiadora de fumo e entidades representativas dos produtores. A rede tem como principal objetivo debater questões relativas ao trabalho infantil e adolescente nas lavouras de fumo.

e) Jornada Escolar Ampliada: A educação como instrumento de erradicação do trabalho infantil. Essa é a proposta do projeto Jornada Escolar Ampliada, uma iniciativa da Souza Cruz em parceria com diversas prefeituras. Desde 2002, 1% do seu imposto de renda devido é doado ao Fundo para a Infância e Adolescência (FIA) de municípios que estejam comprometidos com a erradicação do trabalho infantil e desenvolvam projetos em linha com esse compromisso.

Em média um milhão de reais é investido anualmente na infraestrutura de escolas de diversos municípios brasileiros, visando uma melhoria na qualidade do Ensino Fundamental e do oferecimento de alternativas de ocupação e entretenimento educativo para as crianças no contraturno escolar.

Relatório de Sustentabilidade 2011

A British American Tobacco (BAT) divulgou no dia 26 de março de 2012, o Relatório de Sustentabilidade 2011. Em sua décima primeira edição, o documento reforça a prática de negócios sustentáveis como centro da estratégia do Grupo e mantém o foco nas cinco áreas da agenda de Sustentabilidade da BAT, que são: Redução de Risco do Produto, Mercado, Meio Ambiente, Cadeia Produtiva e Pessoas e Cultura.⁴⁸

A Souza Cruz teve destaque no Relatório, que incluiu uma declaração do presidente da Organização, Andrea Martini:⁴⁹

"Nós construímos, ao longo dos anos, o que muitos vêem como um modelo para a agricultura sustentável".

A edição deu visibilidade para a performance ambiental da Organização que, em 2011, obteve ótimos resultados, por exemplo, em razão do uso inteligente da água e da energia, bem como no recolhimento de resíduos, enviados para aterramento e reciclagem. Os casos da Companhia sobre o combate ao mercado ilegal, a manutenção das iniciativas desenvolvidas com os varejistas e a agricultura sustentável também foram reconhecidos⁵⁰.

O Relatório trouxe, ainda, dados específicos das regiões Americas, Europa Oriental, Europa Ocidental, Ásia e Pacífico e África e Oriente Médio. O desempenho dos seus nove maiores mercados foram contemplados, mais uma vez, com um espaço exclusivo. Foi o caso da África do Sul, Alemanha, Austrália, Brasil, Canadá, Coreia do Sul, Malásia, Nigéria e Rússia⁵¹.

Diálogo Contínuo com a sociedade

Com o objetivo de garantir que todos os participantes tenham amplo espaço para expor suas ideias, os diálogos contam com a presença de um moderador. Os grupos que participam dos Diálogos Souza Cruz são constituídos por autoridades da área de saúde, empresários, entidades de classe, parlamentares, representantes do governo e de organizações não-governamentais.⁵²

Entre os pontos que merecem destaque nestes diálogos estão a prevenção do fumo entre os jovens menores de 18 anos; o fornecimento de informações adicionais sobre o cigarro

⁴⁸ SOUZA CRUZ, loc. cit.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid.

⁵² Ibid.

aos consumidores, além das já divulgadas **em virtude da legislação**; o problema da concorrência desleal no mercado de cigarros; a importância da responsabilidade social; e questões relacionadas ao meio ambiente⁵³.

Instituto Souza Cruz

O Instituto Souza Cruz é uma organização não-governamental, sem fins lucrativos, de abrangência nacional, com sede no Rio de Janeiro.

Reconhecido pelo Ministério da Justiça como uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), o Instituto está comprometido com a causa da Educação para o Desenvolvimento Humano Sustentável desde sua fundação, em 31 de julho de 2000. É integrante do Grupo de Instituto, Fundações e Empresas (GIFE), primeira associação da América do Sul a reunir empresas, institutos e fundações que praticam investimento social privado.⁵⁴

Programa Empreendedorismo do Jovem Rural (PEJR)

A principal iniciativa do Instituto Souza Cruz é o Programa Empreendedorismo do Jovem Rural (PEJR), que dedica-se ao desenvolvimento integral da juventude do campo, na busca de formas sustentáveis de geração de renda para a melhoria da qualidade de vida das comunidades rurais.⁵⁵

O Programa Empreendedorismo do Jovem Rural (PEJR) é um programa de formação, complementar à educação formal, direcionado a jovens agricultores familiares na faixa etária entre 16 e 29 anos. Com uma prática formativa inovadora nos seus valores e no projeto pedagógico, estimulando a crítica, a reflexão, a criatividade, a ética e a cidadania, o PEJR prepara o jovem para exercer um papel estratégico de agente do desenvolvimento rural.⁵⁶

O eixo articulador da formação é o empreendedorismo, que busca orientar uma estrutura temática focada na agricultura familiar, na juventude e no desenvolvimento rural sustentável e solidário. A partir do conhecimento e da realidade do jovem e de sua família, o

⁵³ SOUZA CRUZ, loc. cit.

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Ibid.

PEJR estimula ações empreendedoras, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e renda dos agricultores familiares.⁵⁷

Diante ao exposto, infere-se que todas essas ações demonstram que a empresa Souza Cruz S. A. tem tido destaque no campo da responsabilidade social, além de sua atuação empresarial, na qual busca se relacionar com outros setores, com o intuito de contribuir com o bem comum.

4.2 O PRINCÍPIO DA FUNÇÃO SOCIAL NO CONTEXTO EMPRESARIAL DA SOUZA CRUZ S. A.

A companhia se auto denomina socialmente responsável e alguns órgãos, como o Instituto Ethos e a Global Compact também ratificam esse atributo, uma vez que adota aos princípios de cada instituto, bem como pelas ações que a própria empresa divulga, conforme relatado anteriormente.

A Souza Cruz entende que sua atuação demonstra a existência de princípios éticos claros e de uma disposição para contribuir com os debates que envolvem a indústria do fumo. Além disso, acredita que toda e qualquer empresa deve preocupar-se com a redução dos possíveis impactos causados por suas operações no meio ambiente e na sociedade, independentemente da natureza do produto que fabrica ou comercializa.⁵⁸

A companhia gera milhares de empregos e arrecada muitos impostos, conforme já mencionado, o que já demonstra a aplicabilidade do princípio da função social.

A Souza Cruz destaca que fabrica e vende cigarros de qualidade, mas sabe que seu papel na sociedade brasileira vai muito além. Apesar de fabricar e comercializar um produto cujo consumo está estatisticamente associado a riscos à saúde, a empresa se apresenta com status de socialmente responsável, na qual, procura levar em conta também sua responsabilidade e transparência junto aos diversos públicos com os quais se relaciona. Entre os pontos centrais de sua atuação está a decisão de focar seu negócio no público consumidor adulto e já fumante e conscientizar o comércio varejista sobre a importância de impedir que menores tenham acesso a produtos derivados do tabaco.⁵⁹

O Instituto Souza Cruz está empenhado para que todos os direitos das crianças transitem das intenções para a realidade. Defende o lema de que o trabalho das crianças deve ser na escola e participa da comissão executiva de O Futuro É Agora! O programa resultou de um pacto do setor fumageiro pela prevenção e erradicação da mão-de-obra infantil e do trabalho irregular do adolescente na produção de fumo

⁵⁷ SOUZA CRUZ, loc. cit.

⁵⁸ Ibid..

⁵⁹ Ibid..

na região sul. As ações que são comuns às empresas são coordenadas pelo Sindicato da Indústria do Fumo e pela Associação dos Fumicultores do Brasil. Boa parte desse trabalho cabe aos orientadores agrícolas, que foram capacitados para atuar como agentes do programa. São eles que levam informações aos produtores rurais, incluindo o termo de adesão, documento pelo qual eles se comprometem com a educação dos filhos e com a erradicação do trabalho infanto-juvenil. Além de cursos técnicos para a capacitação os jovens da zona rural, O Futuro É Agora! Prevê o apoio das empresas às escolas públicas e campanhas de esclarecimento sobre o assunto.⁶⁰

Sem dúvida, verifica-se que a postura adotada pela empresa demonstra o comprometimento com a sociedade em todos os aspectos. Essa filosofia se estende tanto para questões relacionadas diretamente ao seu produto quanto para seu engajamento na busca de uma sociedade justa e solidária.

Entretanto, não há como deixar de se referir, o que consta documentado em seus sites, ou seja, atitudes colocam em dúvidas a feição ética e social até então empregada. A seguir, tratará desta questão, com mais detalhes.

4.3 A DICOTOMIA ENTRE A POLÍTICA DA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL X LESÃO DE DIREITOS

Traduzindo o que se quis abordar, a situação se polemiza quando: de um lado, a Souza Cruz se mostra como empresa socialmente responsável, na geração de empregos, como pagadora de tributos, entre outras ações já citadas no presente estudo e de outro, ao se detectar que sua atuação empresarial depende da comercialização de produto causador de malefícios à saúde. E, assim surge um questionamento, será possível alcançar o título de empresa socialmente responsável?

Cabe destacar que, no Brasil, foram ajuizadas, até o ano de 2007, 508 ações indenizatórias dessa natureza contra a empresa de tabaco. Dessas ações, 298 decisões rejeitaram os pedidos de indenização. Há 12 decisões, pendentes de recurso, em que os fumantes ou suas famílias saíram vitoriosos. As 199 decisões definitivas já proferidas pelo Judiciário afastaram as pretensões indenizatórias.⁶¹

4.3.1. Da direito fundamental à saúde x atividade lucrativa

⁶⁰ INSTITUTO SOUZA CRUZ. Disponível em <http://www.institutosouzacruz.org.br>. Acesso em 02 junho 2012

⁶¹ INVERNIZZO, Gabriela. *Substância nociva - Souza Cruz é condenada a indenizar família de fumante*. Revista Consultor Jurídico, 2007. In: CASTRO, Leonardo. **Responsabilidade das empresas fabricantes de cigarros. Doutrina, jurisprudência e legislação**. Jus Navigandi, Teresina, ano 12, n. 1631, 19 dez.2007 . Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/10780>>. Acesso em: 27 maio 2012.

A saúde, sendo um direito social e fundamental à todo ser humano, tem amparo constitucional nos seguintes dispositivos:

Art. 6º São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição.⁶²

Art. 196. A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação.⁶³

Relevante à reflexão: a empresa que atua comercializando um produto lícito e, com regulamentação na Anvisa, mesmo informando todos os males que causa a saúde de seus consumidores, seria possível alcançar atuação protetiva e status de socialmente responsável?

Sobre este aspecto, Rui Stoco destaca:

Para responsabilizar pelos males do fumo teríamos também que fazer o mesmo com relação às bebidas alcoólicas, os dietéticos, os adoçantes, os produtos alimentícios transgênicos, os defensivos para lavoura ("defensivos agrícolas") que contaminam os alimentos, todos com suspeita fundada de ter atributos cancerígenos se ingeridos durante longo tempo e, inclusive, alguns medicamentos. Os fundamentos seriam os mesmos.⁶⁴

Quanto à jurisprudência, tem-se apresentado controversa, como percebe-se a seguir:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. JULGAMENTO ANTECIPADO DA LIDE. CERCEAMENTO DE DEFESA NÃO CARACTERIZADO. INTELIGÊNCIA DO ART. 330, I, DO CPC. ALEGAÇÃO DE QUE O DERRAME CEREBRAL E O INFARTO DO MIOCÁRDIO SOFRIDOS PELO AUTOR FORAM PROVOCADOS EXCLUSIVAMENTE PELO CONSUMO DE CIGARROS FABRICADOS PELA SOUZA CRUZ S/A. FATOS ANTERIORES À VIGÊNCIA DO CDC. APLICABILIDADE DO CC/1916. INEXISTÊNCIA DE INFRAÇÃO A DEVER LEGAL DA APELADA. EXERCÍCIO REGULAR DE DIREITO. NORMA DO ART. 160 DO CC/1916. PUBLICIDADE ENGANOSA NÃO CONFIGURADA. IMPROCEDÊNCIA MANTIDA. RECURSO DESPROVIDO.⁶⁵

E ainda:

⁶² BRASIL, Constituição Federal. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm. Acesso em 04 junho de 2012.

⁶³ Ibid.

⁶⁴ STOCO, Rui. *Tratado de Responsabilidade Civil*. São Paulo: RT, 2007, p. 793. In: CASTRO, Leonardo. **Responsabilidade das empresas fabricantes de cigarros. Doutrina, jurisprudência e legislação**. Jus Navigandi, Teresina, ano 12, n. 1631, 19 dez.2007. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/10780>>. Acesso em: 27 maio 2012.

⁶⁵ BRASIL, Tribunal de Justiça de Santa Catarina. Apelação Cível n. 2007.047053-8. Garopaba. Relator: Sérgio Izidoro Heil, Florianópolis, 12 de julho de 2011. Disponível em <http://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/20014825/apelacao-civel-ac-470538-sc-2007047053-8-tjsc>. Acesso em 15 de maio 2012.

CIVIL, CONSUMIDOR E PROCESSUAL CIVIL. APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS À VIDA E A SAÚDE. PRELIMINAR DE NULIDADE DA SENTENÇA SUSCITADA PELO APELANTE. TRANSFERÊNCIA PARA O MÉRITO. PRELIMINAR DE AGRAVO RETIDO SUSCITADA PELA APELADA SOUZA CRUZ S/A. REJEIÇÃO. MÉRITO. DECISUM ORIGINÁRIO DEVIDAMENTE FUNDAMENTADO. MALEFÍCIOS À SAÚDE CAUSADOS PELO HÁBITO DE FUMAR CIGARROS. ALEGADA RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS FABRICANTES DO PRODUTO. PROPAGANDA ENGANOSA. OMISSÃO POR NÃO INFORMAR ACERCA DOS DANOS PROVOCADOS PELO FUMO. AUSÊNCIA DE NEXO DE CAUSALIDADE. RESPONSABILIDADE CIVIL NÃO CONFIGURADA. HÁBITO DE FUMAR. LIVRE ARBÍTRIO. EXERCÍCIO DE VONTADE PRÓPRIA. MANUTENÇÃO DA SENTENÇA DE 1º GRAU. PRECEDENTES JURISPRUDENCIAIS DO STJ E DESTA CORTE DE JUSTIÇA. CONHECIMENTO E DESPROVIMENTO DA APELAÇÃO CÍVEL. CIVIL E CONSUMIDOR. APELAÇÕES CÍVEIS. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS À VIDA E A SAÚDE. PRELIMINAR DE NULIDADE DA SENTENÇA SUSCITADA PELA AUTORA/APELANTE. TRANSFERÊNCIA PARA O MÉRITO. REJEIÇÃO. AÇÃO ALCANÇADA PELA COISA JULGADA MATERIAL. EXTINÇÃO DO PROCESSO SEM RESOLUÇÃO DO MÉRITO EM RELAÇÃO À DEMANDADA SOUZA CRUZ S/A. PRESCRIÇÃO DA PRETENSÃO ALMEJADA NOS AUTOS A TEOR DO ART. 27 DO CDC EM RELAÇÃO A DEMANDADA PHILIP MORRIS BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA. EXTINÇÃO DO PROCESSO COM RESOLUÇÃO DO MÉRITO. MALEFÍCIOS À SAÚDE CAUSADOS PELO HÁBITO DE FUMAR CIGARROS. ALEGADA RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS FABRICANTES DO PRODUTO. PROPAGANDA ENGANOSA. OMISSÃO POR NÃO INFORMAR ACERCA DOS DANOS PROVOCADOS PELO FUMO. AUSÊNCIA DE NEXO DE CAUSALIDADE. RESPONSABILIDADE CIVIL NÃO CONFIGURADA. HÁBITO DE FUMAR. LIVRE ARBÍTRIO. EXERCÍCIO DE VONTADE PRÓPRIA. AUSÊNCIA DE LITIGÂNCIA DE MÁ-FÉ. MANUTENÇÃO DA SENTENÇA DE 1º GRAU. PRECEDENTES. CONHECIMENTO E DESPROVIMENTO DAS APELAÇÕES CÍVEIS.⁶⁶

Segundo consta nos julgados, os indivíduos/usuários de cigarro possuem ampla liberdade em optar pelo seu uso, o que descaracterizaria as indenizações pleiteadas por aqueles que sofreram algum tipo de lesão com o uso frequente do cigarro. Isto se deve, portanto, ao fato da empresa ter se adaptado as normas que impõe a divulgação dos malefícios causados pelo uso desta substância, conforme já mencionado, o que, notoriamente é visto nas embalagens dos cigarros, nos cartazes, bem como nas propagandas do tipo.

Neste aspecto, acrescenta Rizzardo que “o conceito de escolha é uma das determinações fundamentais do conceito de liberdade. O direito de liberdade está, por sua vez, inserido dentre os direitos de personalidade, protegidos constitucionalmente”.⁶⁷

⁶⁶ BRASIL, Tribunal de Justiça. Apelação Cível 97107. Rio Grande do Norte. Relator: Desembargador Anderson Silvino Apelante : Demildo de França Advogado : José Martins Veras Júnior Apelado : Souza Cruz S/A Advogada : Cláudia Marluce Nelson da Rocha Rosado Apelado: Philip Moris S/A Advogados: Patrícia Andréa Bora e outros. Disponível em <http://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/17343445/apelacao-civel-ac-97107-rn-2010009710-7-tjrn/inteiro-teor>. Acesso em 15 maio 2012.

⁶⁷ RIZZARDO, Arnaldo. Responsabilidade Civil. 5 ed. Rev.atual, Forense, 2011, p. 860

Imperioso salientar, mesmo não sendo o principal objetivo do presente estudo, que o cigarro é um produto lícito, como o álcool. Não existe lei que proíba o cultivo, nem mesmo a sua fabricação, somente inibição aos fumantes pelo uso em locais fechados, em respeito às pessoas que não possuem o hábito de fumar.

Por outro lado, coletou-se entendimentos, embora minoritários, que atribuem à Souza Cruz a responsabilidade pelo seu produto que industrializa e comercializa, utilizando como base os princípios e disposições contidas no Código de Defesa do Consumidor, conforme a seguir:

[...] a omissão das fornecedoras de tabaco em informar, à época em que a vítima começou a fumar, de maneira adequada e clara, sobre os riscos que o cigarro poderia gerar; a publicidade insidiosa difundida há tempo pelas fornecedoras de tabaco vinculando o cigarro a sucesso profissional, beleza, prazer, saúde e requinte; o fato de as indústrias do fumo inserirem no cigarro substância que acarreta dependência e obrigando-os a consumir mais o produto, não por uma escolha consciente, mas em razão de uma necessidade química [...] ⁶⁸

O Código de Defesa ao Consumidor dispõe em seus artigos 8º, 9º e 12:

Art. 8º. Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito. Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

Art 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

Para Stoco, não há como afirmar a possibilidade de responsabilizar efetivamente o fabricante desse produto, em casos concretos, por doença adquirida, ou morte ocorrida em razão do seu uso reiterado, durante largo tempo, posto que – como visto – a impossibilidade

⁶⁸ Apelação Cível 7001.684.534-9 - TJRS – 9ª Câmara Cível – Rel. Des. Odone Sanguiné de 12.12.2007, disponível em <http://br.vlex.com/vid/-47204029>. Acesso em 15 maio 2012.

acima afirmada não se apresenta apenas no plano fático, mas especialmente no plano jurídico.⁶⁹

4.3.2 Da lesão aos direitos da criança e adolescente e o uso do trabalho infantil

Outra ação duvidosa praticada pela empresa Souza Cruz S. A. diz respeito às famílias que vivem do cultivo do fumo, submetendo-se às regras da empresa, em contratos abusivos, obrigando-as a submeter os filhos ao trabalho pesado na lavoura, como forma de conseguir a manutenção de sua subsistência, mas que, pelo contrário, não traz uma vida digna, pois expõe as crianças e adolescentes a situações insalubres, que prejudicam a sua saúde e desenvolvimento.

Este fato foi incentivador para que o Ministério Público do Trabalho tomasse atitudes contra a Souza Cruz e outras fumageiras:

[..] A Justiça acaba de derrubar o mandado de segurança impetrado pela Souza Cruz, contra a liminar que também restringia contatos abusivos por parte da empresa. As liminares também proíbem a Afubra de intermediar contratos de compra e venda de fumo, também sob pena de multa. Somente na ação contra a Souza Cruz este valor inicial, relativo apenas a eventual descumprimento da liminar, pode alcançar e até ultrapassar a expressiva quantia de cerca de um bilhão de reais. Ações similares foram propostas no Paraná, também com liminares favoráveis ao MPT daquele Estado.

Nas ações civis públicas, MPT exige o fim dos contratos individuais com os agricultores e o reconhecimento do vínculo empregatício, com o pagamento dos direitos trabalhistas, além da observância das normas de saúde e segurança no trabalho, especialmente no que se refere ao uso de agrotóxicos. A título de dano moral, pelas características das lesões causadas e pelo prejuízo econômico e social causado aos fumicultores, o MPT também pede uma indenização de R\$ 50 mil por produtor integrado, mais R\$ 10 mil por safra contratada nos anos subsequentes à celebração do primeiro contrato. Os pedidos constantes das ações e que atingem cerca de 150 itens em cada uma, podem somar valores bem maiores que o acima indicado, acaso deferidos pelo Poder Judiciário. As diversas multas pleiteadas nas ações do MPT deverão ser destinadas à reversão da cultura do fumo e auxílio às milhares de famílias que trabalham nas respectivas lavouras, em decorrência dos danos causados em toda aquela coletividade. [...]

Cada um dos 47.500 "plantadores associados" da Souza Cruz, que semeiam, fazem germinar, transplantam, borrifam, colhem, secam, selecionam e entregam o fumo, e que manuseiam cada planta entre 30 e 50 vezes por estação, ganha por ano, em média, um sexto do que o presidente da BAT [1] ganha por dia. Em outras palavras, um fumicultor brasileiro precisaria trabalhar seis anos para ganhar o salário diário do presidente da BAT e 2.140 anos para receber o seu salário anual.⁷⁰

⁶⁹ STOCO, loc. cit., p. 793.

⁷⁰ Disponível em <http://mpt-prt12.jusbrasil.com.br/noticias/2132468/ministerio-publico-do-trabalho-aciona-industrias-fumageiras-por-irregularidades-trabalhistas>. Acesso em 20 maio 2012.

A Ação Civil Pública apontada acima estava tramitando na 1ª vara do trabalho de Florianópolis, porém, foi julgada a exceção de incompetência, diante da denúncia pelo trabalho infantil não ocorrer somente no Estado de Santa Catarina, mas em outros estados. Hoje o processo está tramitando na 6ª vara do trabalho de Brasília, conforme extrato do processo em anexo.

Segue parte da sentença que julgou a exceção de incompetência na qual prova a ação civil pública ajuizada contra a Souza Cruz S.A., em face da ofensa aos direitos das crianças e dos adolescentes, relativamente quanto ao trabalho infantil.

Analizando os autos verifico que a investigação referente às práticas de exploração de trabalho de crianças e adolescentes na produção de tabaco, entre outros alegados ilícitos, abrange não só trabalhadores que atuam no Estado de Santa Catarina, como também nos Estados do Paraná e do Rio Grande do Sul. Assim, a extensão do alegado dano tem âmbito nacional ou suprarregional.
[...] Os danos que o Ministério Público do Trabalho busca coibir não se limita à área em que ocorreram as investigações no Procedimento Investigatório 55/2000. Tanto isso é verdade que, além das 11 ações ajuizadas em Florianópolis, outras 6 já foram ajuizadas em Curitiba/PR (fl. 108).⁷¹

Na sexta vara do trabalho em Brasília/DF, houve um TAC (Termo de Ajustamento de Conduta) entre o Ministério Público do Trabalho e a Souza Cruz S. A em 01 de março de 2011, o que, claramente, nos remete ao fato da empresa perceber que ações deste tipo afetará sua imagem.

No que se refere a crianças e adolescentes, merece destaque o que dispõe a Constituição Federal, em seu artigo 227:

Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.⁷²

Segundo Lima, o trabalho infantil prejudica o desenvolvimento físico pela exposição e riscos de acidente e a substâncias tóxicas, como no caso da Souza Cruz, em lavouras, as crianças tem contato direto com o uso de agrotóxicos, esforços excessivos e

⁷¹ SANTA CATARINA, 2008. In: Autos 09228-2007-001-12-00-0, 1ª vara do trabalho de Florianópolis. Disponível em www.trt12.jus.br. Acesso em 20 maio 2012.

⁷² BRASIL, Constituição Federal de 1988. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm.

outras situações que frequentemente lesam trabalhadores adultos, afetando ainda mais o organismo imaturo, em processo de desenvolvimento afetivo e cognitivo.⁷³

Inquestionável, também, que a dignidade da pessoa humana se constitui fundamento do Estado Democrático de Direito, ao qual cumpre buscar soluções para o enfrentamento da problemática envolvendo a violação de direitos básicos de crianças e adolescentes, muitas vezes obrigados a realizar atividades em condições de perigo ou insalubridade, com o comprometimento da saúde e dos estudos.⁷⁴

No Paraná, especialmente na região dos Campos Gerais, a fumicultura é uma atividade praticada por toda a família; calcula-se que, só no município de Palmeira, mais de duas mil crianças trabalham com fumo, em que a mão de obra infantil é utilizada desde os cinco anos de idade, dela se beneficiam as grandes empresas de cigarros como a Souza Cruz e outras multinacionais.⁷⁵

A partir dessas constatações, pode-se deduzir que a questão da exploração do trabalho infanto-juvenil é tão abrangente e presente em diversos setores da economia, que com poucas exceções encontra-se algum produto na cadeia produtiva que não tenha a mão de crianças e adolescentes em situação irregular. A gênese desse problema está na estrutura social e nos mecanismos dos sistemas socioeconômico e político mundial.⁷⁶

Inferese que a empresa em análise, pratica atuação violadora ao princípios da dignidade da pessoa humana (art. 1, III da CF), ao direito à saúde (artigo 196, da Constituição Federal), bem como as disposições da Consolidação das Leis Trabalhistas (Decreto-Lei 5452/1943), atinentes ao sobre o trabalho infantil.

Destaca-se ainda, uma contrariedade evidenciada, no que tange as suas regras internas e princípios próprios, nos quais estabelece que: “as empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente e, assegurar-se de sua não participação na violação destes direitos, a abolição efetiva do trabalho infantil, conforme disposto anteriormente, além de declarar-se, signatária da Global Compact.

No que concerne à Consolidação das Leis Trabalhistas estão dispostas as seguintes regras sobre o trabalho infantil:

⁷³ LIMA, Consuelo Generoso Coelho de. Trabalho Infantil e Desenvolvimento. In: Revista Jurídica CONSULEX nº 354, de 15/10/2011, p. 35.

⁷⁴ CUCCI, Gisele Paschoal. CUCCI, Fábio Augusto. Crianças e Adolescentes: Sujeitos em Condições Especiais. IN: Revista Jurídica CONSULEX nº 354, de 15/10/2011, p. 41.

⁷⁵ SILVA, Francisco Carlos Lopes. O trabalho Infanto-Juvenil na Sociedade Capitalista. Disponível em http://www.educaremagazine.ufpr.br/arquivos_15/lopes_da_silva.pdf. acesso em 04 junho 2012

⁷⁶ Ibid.

Art. 403. É proibido qualquer trabalho a menores de dezesseis anos de idade, salvo na condição de aprendiz, a partir dos quatorze anos.

Parágrafo único. O trabalho do menor não poderá ser realizado em locais prejudiciais à sua formação, ao seu desenvolvimento físico, psíquico, moral e social e em horários e locais que não permitam a frequência à escola.

Art. 404 - Ao menor de 18 (dezoito) anos é vedado o trabalho noturno, considerado este o que for executado no período compreendido entre as 22 (vinte e duas) e as 5 (cinco) horas.

Art. 405 - Ao menor não será permitido o trabalho

I - nos locais e serviços perigosos ou insalubres, constantes de quadro para esse fim aprovado pelo Diretor Geral do Departamento de Segurança e Higiene do Trabalho;

II - em locais ou serviços prejudiciais à sua moralidade

§ 2º O trabalho exercido nas ruas, praças e outros logradouros dependerá de prévia autorização do Juiz de Menores, ao qual cabe verificar se a ocupação é indispensável à sua própria subsistência ou à de seus pais, avós ou irmãos e se dessa ocupação não poderá advir prejuízo à sua formação moral

§ 3º Considera-se prejudicial à moralidade do menor o trabalho:

a) prestado de qualquer modo, em teatros de revista, cinemas, boates, cassinos, cabarés, dancings e estabelecimentos análogos; b) em empresas circenses, em funções de acrobata, saltimbanco, ginasta e outras semelhantes;

c) de produção, composição, entrega ou venda de escritos, impressos, cartazes, desenhos, gravuras, pinturas, emblemas, imagens e quaisquer outros objetos que possam, a juízo da autoridade competente, prejudicar sua formação moral;

d) consistente na venda, a varejo, de bebidas alcoólicas.

§ 4º Nas localidades em que existirem, oficialmente reconhecidas, instituições destinadas ao amparo dos menores jornaleiros, só aos que se encontrem sob o patrocínio dessas entidades será outorgada a autorização do trabalho a que alude o § 2º.

§ 5º Aplica-se ao menor o disposto no art. 390 e seu parágrafo único.

Em 1999, a Delegacia Regional do Trabalho – DRT/SC do Ministério do Trabalho e Emprego encaminhou ao Ministério Público do Trabalho em Santa Catarina denúncias acerca da existência/uso de trabalho infanto-juvenil na cultura do fumo. Denúncias de irregularidades, com a utilização da mão-de-obra infantil, eram frequentemente recebidas e investigadas por esta instituição, porquanto apontam violações aos direitos sociais de crianças e adolescentes previstos na Constituição Federal e no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Foram então instaurados procedimentos administrativos de investigação, como o de número 55/2000, tendo sido realizadas várias audiências com as empresas Souza Cruz, entre outras empresas.⁷⁷

A partir das denúncias, foram implantados programas de erradicação do Trabalho Infantil, como o projeto: O Futuro é agora!, disposto no tópico Responsabilidade social da Souza Cruz S.A deste capítulo, como sendo o compromisso assumido na linha da responsabilidade social empresarial, e o caminho para a solução da questão social da utilização da mão de obra infantil na fumicultura⁷⁸.

⁷⁷ PINCELLI, Angela Cristina S. Pincelli. Trabalho infanto-juvenil na fumicultura e responsabilidade social empresarial: o discurso da Souza Cruz. disponível em <http://naf.ufsc.br/files/2010/09/Angela-Pincelli.pdf>. acesso em 04 junho de 2012

⁷⁸ Ibid.

A ideia do setor fumageiro, de estruturar um programa de responsabilidade social para enfrentar a questão do trabalho infantil na fumicultura, não foi tirada de uma cartola vazia. Ela foi construída em meio ao contexto socioeconômico que nas últimas décadas influenciou as relações estabelecidas entre Estado, mercado e sociedade, e que criou um espaço – delineado pela evidência da desigualdade econômica e debilidade dos direitos sociais – para que o setor produtivo passasse a desenvolver ações sociais.⁷⁹

Resta clarividente que a empresa Souza Cruz S. A. se beneficiou da mão de obra infantil, deixando de utilizá-la, tão somente, quando fora denunciada, em seguida com a instauração do processo administrativo e consequente ação civil pública ajuizada.

4.4 DA UTÓPICA VISÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Responsabilidade social, conforme já exposto anteriormente, não possui um ordenamento jurídico que discipline a matéria, na qual traria obrigatoriedade às empresas. Percebe-se que as empresas que desenvolvem os seus projetos sociais, assim o fazem de forma aleatória, conforme cada organização entende relevante no alcance de seus objetivos/metasp e de acordo com as necessidades da comunidade na qual estão inseridas.

Entretanto, mesmo que uma empresa não seja obrigada a ser socialmente responsável, poderá assim optar por desenvolver ações sociais. Agora se a empresa adquirir status de socialmente responsável para esconder ações lesionadoras de direitos e valores sociais, melhor que não o seja.

A prática atos de responsabilidade social não afasta a reparação dos danos que causar, conforme preconiza o Código Civil em seus artigos:

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.⁸⁰

⁷⁹ PINCELLI, loc. cit.

⁸⁰ BRASIL, Código Civil. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm. Acesso em 05 junho 2012.

Por outro lado, afirma Melo Neto que uma empresa insensível aos problemas sociais da comunidade perde o respeito de seus próprios empregados, parceiros, clientes e de todos os cidadãos daquela comunidade⁸¹.

Uma ação social bem conduzida garante a qualquer empresa posição de destaque na sociedade onde atua e frente ao governo, cidadãos, consumidores, fornecedores e concorrentes. E esta posição de destaque é fator decisivo na autopreservação empresarial. Com uma imagem empresarial fortalecida, sujeita a poucos riscos, pois o consenso existe sobre a necessidade de satisfazer e de dar prioridade às carências sociais, a empresa canaliza a sua busca da competitividade para fatores como preço, qualidade, marca, serviços e tecnologia.⁸²

O que se percebe, claramente, nos fatos relacionados no item anterior, é uma contradição na autodenominação da empresa e, realmente, ser socialmente responsável, pois não basta somente realizar ações sociais, uma vez que, mesmo atuando assim, de outro lado, tem atitudes que traz dúvidas, como no caso de ser signatária de princípio que abole o trabalho infantil e obter contratos com os produtores de fumo, os quais, não possuem alternativas, senão colocar seus filhos na lavoura como forma de garantir a sua subsistência.

Ainda com relação à saúde dos clientes/consumidores da empresa como ser socialmente responsável tendo como produto final o cigarro, que ocasiona tantos prejuízos à saúde, mesmo que este seja um produto lícito e que a empresa seja adepta da regulamentação disposta anteriormente que trata da publicidade dos males que causam à pessoa, uma ofensa à dignidade da pessoa humana?

Estes questionamentos trazem uma reflexão a auto intitulação de ser socialmente responsável, demonstrando a utopia do termo responsabilidade social utilizada pela empresa Souza Cruz, o qual leva à descrença ou à curiosidade da atuação das empresas que possuem esse status, uma vez que, não se sabe ao certo quais as intenções que levaram uma organização a ser socialmente responsável, ou o que se esconde por detrás do elevado número de ações sociais desenvolvidas.

⁸¹ MELO NETO, Francisco Paulo de. Responsabilidade Social e cidadania empresarial: a administração do terceiro Setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999, p. 95.

⁸² Ibid., p. 97.

No caso em apreço, a empresa Souza Cruz S. A. demonstrou que foi necessário o uso do poder de polícia, resultante de força estatal, para que implantasse a propaganda de cigarros e atuasse para abolição do trabalho infantil, chegando a ser alvo de uma ação civil pública, para que ocorressem tais projetos socialmente responsáveis.

4.5 A VISÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO MARKETING EMPRESARIAL

Primeiramente, cabe verificar se a empresa foi quem espontaneamente aderiu às ações sociais, ou por causa de circunstâncias foi levada a aderir. Ocorre que as práticas causam uma visão tão benéfica à imagem da sociedade que acaba por trazer confusão quanto ao fato: se beneficia porque quer ou, porque tal atitude mascara os malefícios ocasionados pela atividade que desenvolve por conta do marketing empresarial que a protege?

O lucro é um elemento intrínseco da atividade empresarial, bem como o marketing. Entretanto, o que se busca é a forma de como a empresa atua diante da sociedade/consumidor, e, a responsabilidade social veio como algo que proporciona uma vida mais saudável a todos.

Diante das circunstâncias demonstradas nos tópicos anteriores, leva-se a crer que a responsabilidade social não passa de um mero marketing social cujos resultados são inexpressivos, uma vez que as causas em que se engajam têm por trás motivos altamente lucrativos que tendem a lhe beneficiar de alguma maneira; e que a principal função é realmente a geração de lucro, sem se preocupar de fato com as questões sociais, mas que, de alguma forma, se preocupa.

A responsabilidade primária de uma empresa era obter lucros para seus proprietários na visão de muitos economistas. Porém o Marketing voltado para o valor acrescenta que uma empresa deve fazer isso criando valor para os clientes e interagindo adequadamente com outros stakeholders. Sendo assim, a responsabilidade social é o termo usado para descrever as obrigações de uma empresa para com a sociedade.⁸³

⁸³ PETER, J. Paul, CHURCHILL JR, Gilbert A. Marketing: Criando valor para os clientes. Editora Saraiva, 2003, p. 40.

A responsabilidade social é interessante para a organização, pois é mais provável que os clientes potenciais venham a comprar de uma organização se ela demonstrar preocupação com o bem-estar deles. Clientes potenciais que encontram dificuldades para escolher entre produtos concorrentes podem muito bem decidir comprar da empresa pela qual tenham mais respeito.⁸⁴

A responsabilidade social pode envolver uma cessação de atividades negativas ou uma tomada de ações positivas, como informações aos clientes, parcerias com órgãos de serviços comunitários ou financiamento de projetos especiais. As ações positivas não só beneficiam a comunidade, como também podem melhorar as relações com ela e reforçar a imagem positiva da empresa. É mais provável que os esforços da organização levem a boas relações uma imagem positiva.⁸⁵

A aceitação de responsabilidade social baseia-se, em parte, na visão de que ela interessa para a empresa, mas é também uma questão de ética. Ética são os princípios e valores morais que governam o modo como um indivíduo ou grupo conduz suas atividades. A ética de marketing são os princípios, valores e padrões de conduta considerados apropriados para profissionais do marketing.⁸⁶

Existem empresas⁸⁷ que fazem o uso de marketing relacionado a causas comunitárias na qual estão inseridas. Desse modo, as doações podem estar ligadas a alguns produtos específicos.

Segundo Dias⁸⁸, existem muitas razões para que as empresas adotem o marketing, entre as quais:

1. Oportunidades: as organizações devem perceber que o marketing ambiental pode ser uma oportunidade de alcançar seus objetivos. Os consumidores estão se tornando cada vez mais conscientes sobre questões ambientais, o que faz com que muitas empresas enxerguem uma oportunidade de melhorar sua vantagem competitiva sobre outras empresas que não adotam a alternativa de marketing verde.
2. Responsabilidade Social: a pressão da opinião sobre as empresas, nos últimos anos, motivada pelo volume de acidentes ambientais graves que tem pautado a mídia tem levado a que muitas organizações se sintam com a obrigação moral de serem mais ambientalmente responsáveis, buscando evitar a todo custo contribuir para a construção de uma imagem negativa do segmento empresarial.

⁸⁴ PETER, 2003, p. 40-41. A Bem & Jerry assume uma ligação entre responsabilidade social e desempenho comercial quando define sua “ênfase de marketing” como “um enfoque da empresa como um todo em envolvimento com a comunidade e em sua condição de uma organização socialmente responsável.

⁸⁵ Ibid., p. 41. As organizações Globo, por meio da Fundação Roberto Marinho, centram suas doações organizacionais em programas comunitários específicos, como o desenvolvimento cultural de crianças carentes. Além de contribuir em dinheiro, a empresa pode incentivar seus funcionários a dedicar tempo como voluntários a estes projetos.

⁸⁶ Ibid.

⁸⁷ A loja do Pão de Açúcar foi a pioneira em realizar ações comunitárias com o público idoso da região. Funcionários idosos contratados mostraram-se assíduos, responsáveis e atenciosos com os clientes. Os clientes receberam tão bem a iniciativa que esta iniciativa foi ampliado ao Brasil todo.

⁸⁸ DIAS, Reinaldo. Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios. São Paulo: Atlas, 2007, p. 84.

3. Pressão governamental: o poder público, por sua vez, tem exercido forte pressão através de legislações cada vez mais rigorosas e outras formas de controle, para as empresas serem mais responsáveis do ponto de vista ambiental.
4. Pressão Competitiva: a atividade ambiental dos competidores pressiona as empresas a incorporarem o marketing verde no seu planejamento estratégico.
5. Relação custo-benefício: o fator custo-benefício associado à disposição final dos resíduos ou a redução no uso de material forçam as empresas a mudar o seu comportamento.⁸⁹

Portanto uma empresa que apoia uma causa ecológica, na qual não precisa, necessariamente, produzir um produto social ecológico, é vista de forma mais positiva pelos consumidores, agregando maior valor aos seus produtos e/ou serviços.

Para uma empresa que fatura algo em torno de R\$ 63 bilhões⁹⁰ anuais, o gasto de R\$ 1 milhão, por exemplo, em ações socialmente responsáveis não é nada em função do valor que vai agregar ao seu produto e a sua imagem com tal atitude.

Como no caso em questão, o fato “ser socialmente responsável”, não contrariando as regras, como a publicidade “negativa” ao uso dos cigarros, de gerar milhares de empregos, de arrecadar impostos altíssimos, bem como dos projetos que desenvolve com o intuito de buscar melhor qualidade de vida, já faz com que a Souza Cruz tenha uma imagem positiva perante a sociedade brasileira e mundial.

Enfim, mesmo que a responsabilidade social não passe de um marketing empresarial, que as organizações somente sejam “socialmente responsáveis” e que desenvolvam projetos sociais, em virtude dessa imagem positiva perante a sociedade, já vale a pena!

E, neste sentido, lembra-se da historia da abelha que queria apagar um incêndio com apenas um pote, buscando no oceano, a água, e as outras debochavam dela, pois afirmavam que não iria conseguir. A resposta dela foi ao sentido de que se cada pessoa, empresa, sociedade, os três poderes, Legislativo, Executivo e Judiciário fizerem a sua parte, chegar-se-á no objetivo, que preconiza a Constituição Federal, o bem comum de todos.

⁸⁹ Dias, 2007, p. 84-86.

⁹⁰ SOUZA CRUZ, loc. cit.

5 CONCLUSÃO

O tema abordado no presente estudo não teve a pretensão de esgotá-lo, mas de instigar a reflexão acerca da responsabilidade social empresarial, pois ainda há muito que se pesquisar, há muito que observar, em realizar novos estudos que mobilizem os legisladores a preencher as lacunas deixadas no ordenamento jurídico, para que se torne uma prática obrigatória a ser desenvolvida na atividade empresarial.

Atualmente, com todos os avanços tecnológicos, a facilidade de informação que a internet e os meios de comunicação fornecem aos indivíduos, as empresas se veem obrigadas a buscar novos valores e princípios éticos para o desenvolvimento de sua atividade empresarial.

Desse modo, ganhou destaque nos mundos dos negócios, a responsabilidade social, termo que foi propagado através do princípio da função social da empresa, que é decorrente do princípio da preservação da empresa, trazido com a inserção da nova empresarialidade no Código Civil de 2002.

A empresarialidade então surgiu como uma renovação na maneira de agir das empresas que eram acostumadas somente à maximização dos lucros, sem preocupação efetiva com os seus colaboradores, a comunidade onde estão inseridas, o meio ambiente, enfim, para com toda a sociedade.

A grande inovação foi o princípio da função social da empresa que leva a geração de empregos, arrecadação de impostos e desenvolvimento de projetos sociais, na busca constante do bem comum. Neste sentido, tem-se a preservação da empresa como um importante instituto na qual permite que ela cumpra o seu papel perante a sociedade.

A responsabilidade social diz respeito à tomada de decisão orientada eticamente e condicionada pela preocupação com o bem-estar da coletividade, sendo aos interesses da população, da preservação do meio ambiente e satisfação das exigências legais.

Portanto, a Responsabilidade Social é a demonstração de preocupação das empresas com o bem estar social da comunidade. Através da criação de métodos, planos e incentivos internos e externos, a empresa pode ser identificada como responsável socialmente,

ou seja, a empresa não está somente preocupada com a produção de bens e serviços, mas também em buscar o bem estar social, valorizando o homem, o meio ambiente e a cultura.

Considera-se a responsabilidade social como um ideal a ser perseguido não apenas pela empresa, como também pelo Estado e por todas as pessoas que procuram uma melhor qualidade de vida e do desenvolvimento sustentável.

Entretanto, comumente se escuta de organizações: “somos socialmente responsáveis”. Esta frase faz com que ocorra uma reflexão, em buscar a verdade, se realmente a empresa desenvolve projetos, age com responsabilidade social, ou isso não passa de um mero marketing, uma utopia.

Tem-se na Souza Cruz S. A, que foi objeto deste estudo, como dicotômica, uma vez que, de um lado, há lesão a direitos: à saúde e à vida do ser humano, aos direitos das crianças e adolescentes; e de outro, há prestação de serviços comunitários através de projetos sociais aos seus stakeholders.

Esta “balança” leva a uma reflexão de como seria se nada fizesse, se não realizasse ações socialmente responsáveis para com a comunidade? O que aconteceria com a empresa?

Com certeza, este fato seria prejudicial à imagem da empresa e o Judiciário tentaria buscar solucionar de certa forma a ausência dos projetos e ações desenvolvidas pela empresa, como, na verdade, já o fez, na ação civil pública ajuizada contra a Souza Cruz pelo uso do trabalho infantil, o que forçou a empresa a implantar o projeto social na qual extermina do labor a presença de crianças e adolescentes.

Para a empresa é importante ter uma imagem pública de credibilidade porque, além de ela estar diante de um mercado altamente competitivo, tem de enfrentar, também, as contestações públicas com relação aos prejuízos causados à saúde da população pelo consumo do tabaco e os problemas ambientais decorrentes do seu cultivo.

A responsabilidade social é representada por práticas que visem a melhorar as condições de vida da comunidade como um todo, não somente para ganhar mercado, e nem como uma forma de amenizar os impactos negativos por ela gerados, mas acrescentar conhecimento à comunidade implantando programas tanto culturais, ambientais e sociais.

Verifica-se que os investimentos são muito pequenos comparados aos lucros auferidos pelas grandes corporações, como no caso da Souza Cruz S.A.. As empresas estão

fazendo pouco além do que lhe é atribuído como obrigação, elas utilizam como investimento algo que na realidade está somente diminuindo os impactos ambientais negativos que ela própria produz, podendo-se questionar assim a certificação da empresa como socialmente responsável.

Deve haver maior conscientização tanto por parte das empresas quanto das entidades que conferem os certificados de empresa socialmente responsável, procurando estabelecer critérios mais rígidos quanto aos investimentos, para que realmente as empresas possam gerar uma imagem positiva nos mesmos patamares que tentam excluir as negativas, como no caso da Souza Cruz S. A., na Ação Civil Pública, que restou conciliada para que isto não viesse à tona e prejudicasse a sua imagem perante todo o mundo.

Enfim, não se quis afirmar que o fato de desenvolver projetos sociais somente após uma “obrigação” seja um aspecto somente negativo, apenas buscou-se realizar uma crítica construtiva nas atitudes da empresa com as ações socialmente responsáveis concomitantemente com os motivos que a levaram a ser e, ainda como age frente às lesões de direitos que sua atividade infere.

Não importa os motivos que levaram uma companhia a desenvolver ações socialmente responsáveis, o que se deve levar em conta é que está cumprindo o seu papel na sociedade.

REFERÊNCIAS

BARBIERI, José Carlos, CAJAZERA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade Social Empresarial e Empresa Sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2009

BOVESPA, disponível em <http://www.bmfbovespa.com.br/cias-listadas/empresas-listadas/ResumoEmpresaPrincipal.aspx?codigoCvm=4057&idioma=pt-br>. Acesso em 27 maio 2012

BRASIL, *Código Civil*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

_____, **Constituição Federal de 1988**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm

COELHO, Fábio U. **Curso de direito comercial**. 7.ed. São Paulo: Saraiva, 2003. v.1.

_____, Fábio U. **Manual de direito comercial**. 12.ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

_____, Fábio Ulhoa. **Princípios do Direito Comercial: com anotações ao projeto de Código Comercial**. São Paulo: Saraiva, 2012.

COSTA, Eduardo Homem. **Fundamentos de Responsabilidade Social Empresarial**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Gráfica e Editora La Salle, 2007.

CUCCI, Gisele Paschoal. CUCCI, Fábio Augusto. **Crianças e Adolescentes: Sujeitos em Condições Especiais**. IN: Revista Jurídica CONSULEX nº 354, de 15/10/2011.

DIAS, Reinaldo. **Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**. São Paulo: Atlas, 2007,

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro: direito de empresa**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

ETHOS, Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Disponível em <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx>

INSTITUTO ETHOS. **Práticas empresariais de responsabilidade social: relação entre os princípios do Global Compact e os indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial**. São Paulo: Instituto Ethos, 2003

FERREIRA, Felipe Alberto Verza. **Função social da empresa**. Jus Navigandi, Teresina, ano 10, n. 731, 6 jul. 2005. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/6967>>. Acesso em: 23 fev. 2012

GLOBAL COMPACT, disponível em <http://www.pactoglobal.org.br/dezPrincipios.aspx>. Acesso em 27 maio de 2012

GOMES, Fábio Bellote. **Manual de Direito Comercial: de acordo com a nova Lei de falência e recuperação de empresas**. 2 ed. Barueri, SP: Manole, 2007.

GONÇALVES, Maria Gabriela Ventouri Perrota Rios; GONÇALVES, Victor Eduardo Rios. **Direito Comercial: direito de empresa e sociedades empresárias**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 19.

HENTZ, Luiz Antonio Soares. **A teoria da empresa no novo Direito de Empresa**. Disponível na Internet: <http://www.mundojuridico.adv.br>. Acesso em 27 de abril de 2012

HUSNI, Alexandre. **Empresa socialmente responsável: uma abordagem jurídica e multidisciplinar**. São Paulo: Quartier Latin, 2007

INSTITUTO SOUZA CRUZ. Disponível em <http://www.institutosouzacruz.org.br>. Acesso em 02 junho 2012

INVERNIZZO, Gabriela. *Substância nociva - Souza Cruz é condenada a indenizar família de fumante*. Revista Consultor Jurídico, 2007. In: CASTRO, Leonardo. **Responsabilidade das empresas fabricantes de cigarros. Doutrina, jurisprudência e legislação**. Jus Navigandi, Teresina, ano 12, n. 1631, 19 dez.2007 . Disponível em: <http://jus.com.br/revista/texto/10780>>. Acesso em: 27 maio 2012

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade Social Empresarial**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006

LIMA, Consuelo Generoso Coelho de. **Trabalho Infantil e Desenvolvimento**. In: Revista Jurídica CONSULEX nº 354, de 15/10/2011.

LOURENÇO, Alex Guimarães, SCHRODER, Débora de Souza. **Vale investir em Responsabilidade Social? STAKEHOLDERS, GANHOS E PERDAS**. Disponível em <http://www.Ethos.org.br>. Acesso em 30 março 2012.

MACHADO, Daniel Carneiro. **O novo Código Civil brasileiro e a teoria da empresa**. Jus Navigandi, Teresina, ano 7, n. 56, 1abr. 2002. Disponível em: <http://jus.com.br/revista/texto/2901>>. Acesso em: 18 março 2012.

MAMEDE, Gladston. **Direito Empresarial Brasileiro: Empresa e Atuação empresarial**, volume 1 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Responsabilidade Social e cidadania empresarial: a administração do terceiro Setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

PETER, J. Paul, CHURCHILL JR, Gilbert A. **Marketing: Criando valor para os clientes**. Editora Saraiva, 2003

PERIN JÚNIOR, Ecio. **Preservação da Empresa na Lei de Falências** – São Paulo: Saraiva, 2009

PINCELLI, Angela Cristina S. Pincelli. **Trabalho infanto-juvenil na fumicultura e responsabilidade social empresarial: o discurso da Souza Cruz**. disponível em <http://naf.ufsc.br/files/2010/09/Angela-Pincelli.pdf>. acesso em 04 junho de2012

RIZZARDO, Arnaldo. **Responsabilidade Civil**. 5 ed. Rev.atual, Forense, 2011

ROCHA, Igor Souza. Os novos Rumos da Responsabilidade Social: o conceito de RSE 2.0 e os debates sobre a ISO 26000. In **Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das Universidades**. Volume 8, Editora Peirópolis: Instituto Ethos, 2011

SIMÃO FILHO, Adalberto. **A Nova empresarialidade**. Revista Curso Dir. Cent. Univ. Fac Metrop. Unidas – UniFMU, são Paulo, ano 17, n. 25, 2003

SILVA, Francisco Carlos Lopes. **O trabalho Infanto-Juvenil na Sociedade Capitalista**. Disponível em http://www.educaremrevista.ufpr.br/arquivos_15/lopes_da_silva.pdf. acesso em 04 junho 2012

SOUZA CRUZ. Souza Cruz S.A. Disponível em http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V9K2W?opendocument&SKN=1. Acesso em 19 maio 2012

STOCO, Rui. Tratado de Responsabilidade Civil. São Paulo: RT, 2007, p. 793. In: CASTRO, Leonardo. **Responsabilidade das empresas fabricantes de cigarros. Doutrina, jurisprudência e legislação**. Jus Navigandi, Teresina, ano 12, n. 1631, 19 dez.2007 . Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/10780>>. Acesso em: 27 maio 2012

TENÓRIO. Fernando Guilherme; colaboradores Fabiano Christian Pucci Nascimento et tal. **Responsabilidade Social Empresarial**. Ed. Ver. E ampliada, Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006

ANEXOS

**Anexo A - Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2009.061487-5,
de Jaraguá do Sul**

Relator: Des. Carlos Prudêncio

ILEGITIMIDADE ATIVA DO DIRETÓRIO MUNICIPAL. INTERPRETAÇÃO DO ARTIGO 85 DA CONSTITUIÇÃO ESTADUAL. COMPROVAÇÃO DA REPRESENTATIVIDADE DOS PARTIDOS POLÍTICOS NA CÂMARA MUNICIPAL E NA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA. REPRESENTAÇÃO PÚBLICA E NOTÓRIA. ILEGITIMIDADE ATIVA RECHAÇADA. "Interpretando sistematicamente os dispositivos constitucionais que tratam da legitimidade ativa para Ação Direta de Inconstitucionalidade, admite-se a sua propositura contra lei ou ato normativo municipal pelos Diretórios Municipais dos Partidos Políticos, desde que comprovada a representatividade na Câmara Municipal ou na Assembleia Legislativa"

(AI.2008.010905-8, Relator: Des. Jorge Schaefer Martins, DJ de 13-4-2009).

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE DESENCADEADA POR DIRETÓRIO MUNICIPAL DO PARTIDO DOS TRABALHADORES CONTRA LEI MUNICIPAL. 1. INCONSTITUCIONALIDADE. OFENSA AOS PRINCÍPIOS DA LIVRE INICIATIVA E LIVRE CONCORRÊNCIA. INSTALAÇÃO DAS EMPRESAS FUNERÁRIAS A, NO MÍNIMO, QUINHENTOS METROS DE HOSPITAIS E CASAS DE SAÚDE. SERVIÇO PÚBLICO. TITULARIDADE DO ESTADO. INAPLICABILIDADE DAS NORMAS CONSTITUCIONAIS REFERENTE À ORDEM ECONÔMICA E FINANCEIRA. INTERESSES SOCIAIS. 2. PREVISÃO DE GRATUIDADE DOS SERVIÇOS FUNERÁRIOS PRESTADO PELO CONCESSIONÁRIO. INDIVÍDUO COMPROVADAMENTE NECESSITADO. AUSÊNCIA DE CONTRAPRESTAÇÃO POR PARTE DO MUNICÍPIO. NOVA INTERPRETAÇÃO CONSTITUCIONAL. DECISÃO INTERPRETATIVA MODIFICATIVA DE EFEITO ADITIVO. PRECEDENTES DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. NECESSÁRIA PREVISÃO SOBRE O ÔNUS MUNICIPAL A SER ESPECIFICADO NO EDITAL DO PROCESSO LICITATÓRIO DA CONCESSÃO. ADIÇÃO DESSA RESSALVA ÀS NORMAS QUE PREVÊEM A GRATUIDADE. PEDIDO PROCEDENTE, EM PARTE.

Trata-se de ação direta de inconstitucionalidade da alínea "c" do inciso I do art. 6º, dos incisos VI e XV do art. 7º, e dos arts. 14 a 17, todos da Lei do Município de Jaraguá do Sul n. 5.166/2009,

na qual alega inconstitucionalidade por ofensa aos princípios a livre iniciativa e da livre concorrência dos dispositivos que tratam:

a) da obrigatoriedade da concessionária em "... instalar-se em local apropriado, previamente vistoriado pelo Município, distante, no mínimo, 500 (quinhentos) metros de hospitais e casas de saúde"; e b) da obrigação de o futuro concessionário em prestar serviço gratuito sem qualquer limite e/ou contraprestação do Município.

1. Alegação de ofensa à livre iniciativa e livre concorrência, previstas no *caput* do artigo 170 da Constituição Federal, afastada. Sabe-se que tais princípios significam a liberdade de comércio e de indústria, a liberdade empresarial e a liberdade contratual que são constitucionalmente asseguradas, haja vista que as empresas concessionárias dispõem de liberdade também garantida pela Carta Maior, para se constituírem e desempenharem as atividades para as quais foram criadas. Todavia, a titularidade de serviços públicos, como o serviço funerário, mantém-se com o concedente - ente público - e o seu exercício afeiçoa-se à demanda social e, ainda, ao cumprimento das exigências constitucionais e legais. Desse modo, o empresário que constitui uma empresa voltada à prestação de serviço público funerário ampara-se no princípio constitucional da livre iniciativa e livre concorrência para constituir a sua empresa. Isso não corresponde à disposição de ampla liberdade para prestação daquele serviço, justamente porque é concessionário de um serviço público. E quanto a esse nem ao menos o Poder Público tem liberdade. Presta-o porque tem de, não porque assim quer ou como decide, de resto, a concessão, como realçado antes, dá-se segundo previsto na lei a que se remete a Constituição (artigo 175, parágrafo único - "*a lei disporá sobre...*"), razão pela qual, não procede a alegação de inconstitucionalidade por ofensa aos princípios da livre iniciativa e livre concorrência.

2. A nova interpretação constitucional não procura mais por um único sentido válido para todas as situações sobre as quais incidam, porque diante das cláusulas constitucionais de sentido aberto, com conteúdo principiológico e extremamente dependente da realidade subjacente, o texto pode demarcar apenas uma moldura dentro da qual se desenham diferentes possibilidades interpretativas em determinados casos.

Sendo assim, *in casu*, é inevitável o reconhecimento dos efeitos aditivos em controle de constitucionalidade, consubstanciado na previsão da contraprestação do serviço de

gratuidade pelo Município a ser previsto no edital licitatório referente à concessão do serviço funerário, visto que é dado ao

Judiciário, ao analisar a constitucionalidade de um texto legal, somar, aos seus efeitos típicos, o provimento necessário a acautelar o interessado contra a eventualidade de não se ultimar o processo legislativo, no prazo razoável que fixar, de modo a facultar-lhe, quando possível, a satisfação do direito tutelado.

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2009.061487-5, da comarca de Jaraguá do Sul (Vara da Fazenda), em que é requerente Partido dos Trabalhadores - PT, e requerida Câmara de Vereadores do Município de Jaraguá do Sul e Município de Jaraguá do Sul:

ACORDAM, em Órgão Especial, no mérito, por votação unânime, julgar parcialmente procedente o pedido para determinar que na alínea "c" do inciso I do art. 6º, no inciso VI do art. 7º, no art. 14 e no art. 17, todos da Lei n. 5.166/2009, do município de Jaraguá do Sul, conste que a contraprestação pelo serviço gratuito será devidamente prevista no edital do processo licitatório referente à concessão do serviço funerário. O Exmo. Sr. Des. Newton Trisotto manifestou intenção de declarar voto. Custas legais.

RELATÓRIO

Trata-se de ação direta de inconstitucionalidade, com pedido de medida cautelar, ajuizada pelo Diretório Municipal do Partido dos Trabalhadores de Jaraguá do Sul, na qual ataca o disposto na alínea "c" do inciso I do art. 6º, dos incisos VI e XV do art. 7º, e dos arts. 14 e 17, todos da Lei n. 5.166/2009, que dispõe sobre o "Serviço Funerário no âmbito do Município de Jaraguá do Sul" e dá outras providências, por suposta ofensa aos arts. 17 e 135, § 4º, da Constituição do Estado de Santa Catarina.

Argumenta que os dispositivos objurgados não se harmonizam aos princípios da livre iniciativa e da livre concorrência, prescritos no § 4º do artigo 135 da Carta Maior Estadual, cujo texto salienta o estímulo à livre iniciativa e concorrência, nos mesmos nortes do que também é previsto na Constituição Federal, especificamente no *caput* e no inciso IV do art. 170.

Suscita, ainda, contrariedade ao art. 17 da Constituição do Estado e, por conseguinte, ao art. 37 da Carta Magna de 1988, onde se encontram as prescrições de que o futuro concessionário é obrigado a prestar serviços gratuitos às pessoas carentes sem qualquer limite ou contra-partida por parte do Município de Jaraguá do Sul e que o futuro concessionário é proibido de instalar-se no raio de 500 (quinhentos) metros de distância em relação aos hospitais e casas de saúde.

Ao final, postulou pela concessão de medida cautelar a fim de que sejam suspensos os efeitos da legislação impugnada para evitar grave lesão à ordem social, postulando, ainda, pelo julgamento procedente do pleito para declarar-se a inconstitucionalidade da alínea "c" do inciso I do art. 6º, dos incisos VI e XV do art. 7º, e dos arts. 14 e 17, todos da Lei n. 5.166/2009.

Postergada a análise da medida cautelar para ser analisada quando do julgamento do feito, nos termos do art. 12, da Lei Estadual n. 12.069/2001, foram solicitadas informações ao Presidente da Câmara Municipal, ao Procurador-Geral do Município e, por fim, à procuradoria-Geral de Justiça, sendo que o primeiro aduziu às fls. 83 a 85, preliminarmente, a ilegitimidade ativa *ad causam*. No mérito, defendeu a constitucionalidade da legislação impugnada.

No mesmo sentido, o Procurador-Geral do Município também arguiu a ilegitimidade ativa *ad causam* do Diretório Municipal do Partido dos Trabalhadores, sustentando ser competência do Diretório Nacional. No mérito, defende os dispositivos combatidos, afirmando basicamente que o espírito do legislador visa tutelar a dignidade da pessoa humana, no sentido de dar guarida aos pacientes que buscam atendimentos e tratamentos médicos, principalmente os acometidos por doenças terminais, de se depararem com funerários vizinhos a hospitais e casas de saúde, desestimulando tratamentos, intensificando a dor e o sofrimento. Argumenta, ainda, que a legislação ora atacada não proíbe, de forma alguma, o exercício da livre concorrência, haja vista que, mesmo que hipoteticamente surjam as alegadas desvantagens para o interesse de determinado ramo de atividade, no caso as empresas funerárias, as benesses trazidas pela lei correlata, garantindo a dignidade da pessoa humana, superam aquelas (fls. 229 a 252).

Por sua vez, o Procurador-Geral do Estado defendeu a ilegitimidade ativa *ad causam* ao constatar que não há nos autos qualquer documento que comprove a representação do Partido dos Trabalhadores na Câmara Municipal de Jaraguá do Sul. No mais, opina o *Parquet* pela não concessão da medida cautelar, pela ausência do *fumus boni iuris*, já que entende estar o Município de Jaraguá do Sul, como titular do referido serviço público, pode dispor dele da forma como entender mais adequada, como é o caso (fls. 258 a 264).

É o relatório.

VOTO

De início, registra-se que o artigo 12 da Lei n. 12.069/2001, que dispõe sobre o procedimento e julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade perante este Tribunal, confere ao relator a faculdade de submeter o processo pendente de liminar diretamente ao Colegiado, que terá a faculdade de julgá-lo definitivamente. Até porque, na hipótese, observa-se que a presente ação já se encontra madura para o exame de mérito, haja vista que o requerido prestou informações defendendo o ato impugnado, bem como a matéria já foi alvo de apreciação por esta Corte.

Tem-se, portanto, por desnecessária a prévia apreciação da medida cautelar, passando-se à análise direta do *meritum causae*.

O Diretório Municipal do Partido dos Trabalhadores pretende a declaração de inconstitucionalidade da alínea "c" do inciso I do art. 6º, dos incisos VI e XV do art. 7º, e dos arts. 14 e 17, todos da Lei n. 5.166/2009, que dispõe sobre o "Serviço Funerário no âmbito do Município de Jaraguá do Sul" e dá outras providências, por suposta ofensa aos arts. 17 e 135, § 4º, da Constituição do Estado de Santa Catarina.

a) Da arguição de ilegitimidade ativa do autor

Tanto o Presidente da Câmara Municipal, quanto o Procurador-Geral do Município de Jaraguá do Sul, ambos acompanhados pelo Procurador-Geral do Estado, suscitaram, em sede proemial, a ilegitimidade do Diretório Municipal do Partido dos Trabalhadores para figurar no polo ativo da presente demanda, alegando ofensa ao artigo 85, inciso V, da Constituição Catarinense, o qual prevê a possibilidade de apenas os partidos políticos que tenham representação na Assembleia Legislativa do Estado, não se referindo aos diretórios municipais. Aduzem, ainda, que mesmo tendo este Tribunal, em seu entendimento, ampliado o rol de legitimados para ajuizar ações diretas de inconstitucionalidade, incluindo os diretórios municipais que tenham representação na Câmara de Vereadores do respectivo Município, não existe nos autos qualquer prova que ateste tal representação.

Com efeito, são vários os julgados que dispõem sobre a legitimidade dos diretórios municipais para propor ação direta de inconstitucionalidade, desde que comprovada a sua representatividade na Câmara de Vereadores do Município ou na Assembleia Legislativa.

São os precedentes: Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2008.010905-8, Relator: Des. Jorge Schaefer Martins, DJ de 13-4-2009; Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2006.042082-2, Relator: Des. Trindade dos Santos, DJ de 19-12-2007; Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2002.006899-9, Relator: Des. Wilson Augusto do Nascimento, DJ de 15-10-2003, dentre outros.

Sendo assim, resta saber se o diretório demandante possui tal representatividade nas casas legislativas.

Muito embora não tenha juntado os documentos que atestam a sua representatividade, seja na Câmara Municipal, seja na Assembleia Legislativa, com a exordial, verifica-se que às fls. 272, 273 e 274 acosta dados extraídos do sítio da Câmara de Vereadores do Município de Jaraguá do Sul e da Assembleia Legislativa, os quais demonstram a representação parlamentar do diretório em ambas. Isso, juntamente com o fato dessa representatividade ser pública e notória (fator que também deve ser sopesado), confere legitimidade ao diretório municipal do Partido dos Trabalhadores para propor a presente ação direta de inconstitucionalidade.

Desse modo, afastado a prefacial de ilegitimidade ativa *ad causam*.

b) Do Mérito

A legislação posta à análise de sua inconstitucionalidade dispõe sobre o serviço funerário no Município de Jaraguá do Sul, o qual, segundo a própria legislação prevê, deve ser exercido sob o regime de concessão e, por assim ser, questiona-se alguns dispositivos da Lei Municipal sobre essa atividade.

Sendo assim, vejamos os dispositivos da Lei Municipal n. 5.166/2009 tidos como inconstitucionais:

Art. 6º. As atividades integrantes do Serviço Funerário classificam-se em: I - de caráter obrigatório:

[...]

c) prestação de serviços públicos gratuitos, conforme artigo 7º, inciso VI, desta Lei;

Art. 7º. Constituem obrigações das concessionárias, sem prejuízo de outras estabelecidas no edital e em regulamentos:

[...]

VI - prestar atendimento gratuito à família do falecido quando esta, comprovadamente, por meio de parecer do serviço de assistência social do Município, não tiver condições financeiras para suportar as despesas com o sepultamento e quando se tratar de falecimento de indigente;

[...]

XV - instalar-se em local apropriado, previamente vistoriado pelo Município, distante, no mínimo, 500 (quinhentos) metros de hospitais e casas de saúde;

Art. 14. A prestação de serviços a usuários carentes é gratuita e constitui obrigação compulsória das concessionárias.

§ 1º. Por usuário carente entende-se os familiares responsáveis pelo sepultamento do falecido que não dispõem de mínimas condições econômicas para arcar com os custos do serviço, o que deve ser apurado pelo serviço de assistência social da Prefeitura.

§ 2º. A prestação do serviço para usuário carente depende de requisição emitida pelo Poder Público Municipal que avaliará a solicitação do familiar, autorizando ou não o pedido e, se for o caso, designará uma das concessionárias para execução do serviço observado o critério de

proporcionalidade em função do quantitativo de atendimentos efetuados no mês anterior.

§ 3º. O padrão de atendimento ao usuário carente será simplificado, utilizando-se urna funerária popular e limitando-se à execução de serviços ao estritamente indispensável.

Art. 17. O serviço de inumação de fetos e partes de corpos humanos decorrentes de atendimento médico-cirúrgico solicitado por estabelecimentos hospitalares públicos ou filantrópicos será gratuito, seguindo-se as disposições estatuídas neste Capítulo.

Parágrafo único. Nos demais casos, o Poder Público Municipal avaliará a conveniência de atendimento gratuito, adotando-se o atendimento comportável para cada situação.

Alega o Demandante Diretório Municipal do Partido dos Trabalhadores - PT, que a tais normas não se harmonizam aos princípios da livre iniciativa e da livre concorrência, prescritos no § 4º do artigo 135 da Constituição do Estado de Santa Catarina, cujo texto salienta que "a lei estimulará a livre iniciativa e a livre concorrência, reprimindo os abusos do

poder econômico". Frisa, ainda, que estes princípios também encontram guarida na Constituição Federal, precisamente no *caput* e no inciso IV do seu artigo 170.

Sustenta, ainda, afronta ao artigo 17 da Constituição Estadual que dispõe:

Art. 17. Ressalvados os casos especificados na legislação, as obras, serviços, compras e alienações serão contratados mediante processo de licitação pública que assegure igualdade de condições a todos os concorrentes, com cláusulas que estabeleçam obrigações de pagamento, mantidas as condições efetivas da proposta, nos termos da lei, o qual somente permitirá as exigências de qualificação técnica e econômica indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações.

Em suma, aduz que os dispositivos objurgados são inconstitucionais ao prescreverem a vedação de o futuro concessionário em instalar-se no raio de 500 (quinhentos) metros de distância em relação aos hospitais e casas de saúde (inciso XV do artigo 7º) e, também, a obrigação de o futuro concessionário prestar serviços gratuitos às pessoas carentes sem qualquer limite ou contra-partida por parte do Município de Jaraguá do Sul (alínea "c" do inciso I do artigo 6º, inciso VI do artigo 7º, artigos 14 e 17).

b.1) Da distância mínima em relação aos hospitais e casas de saúde (inciso XV do artigo 7º)

No tocante a alegada inconstitucionalidade da norma insculpida no inciso XV do artigo 7º da Lei Municipal n. 5.166/2009, a qual determina a obrigatoriedade da concessionária em "... instalar-se em local apropriado, previamente vistoriado pelo Município, **distante, no mínimo, 500 (quinhentos) metros de hospitais e casas de saúde**", o Autor sustenta ter o Município competência para editar normas de ordem urbanística, entretanto, afirma não caber a ele intervir na ordem econômica para restringir ou estabelecer faixas e reservas para a instalação de empresas privadas, ainda que concessionárias de serviço público, devendo-se respeitar a livre iniciativa e a livre concorrência.

Preceitua o *caput* do artigo 170, da Constituição Federal, que a ordem econômica funda-se na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, e que é sua finalidade "*assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social ...*", para o que são elencados os princípios expressos nos oito incisos em que se estende o dispositivo.

Na sequência normativa, a Constituição fixa a titularidade dos serviços públicos: o Poder Público. O serviço funerário é serviço público. A carta Magma define que a sua prestação será feita "*diretamente ou sob regime de concessão ou permissão*" (artigo 175).

Hely Lopes Meireles discorre sobre a caracterização do serviço funerário como público, de competência do Município:

O serviço funerário é da competência municipal, por dizer respeito a atividades de precípua interesse local - quais sejam: a confecção de caixões, a organização de velório, o transporte de cadáveres e a administração de cemitérios. As três primeiras podem ser delegadas pela Municipalidade, com ou sem exclusividade, a particulares que se proponham a executá-la mediante concessão ou permissão, como pode o Município realizá-las por suas repartições, autarquias, fundações ou empresas estatais.

Assim, o desempenho das atividades relativas aos serviços funerários obedece, rigorosamente às regras específicas que o bem estar da sociedade haverá de determinar. Mais que o interesse particular, é o interesse público que marca o regime jurídico a nortear a forma de prestação dos serviços públicos, pois então se tem o Estado atuando, diretamente ou sob regime de concessão ou de permissão, como visto.

E como se sabe, o Estado tem o dever constitucional incontornável de modelar as estruturas políticas e administrativas por ele criadas e desenvolvidas para o alcance dos fins estabelecidos e das ordens que nele atuam. No caso brasileiro, aqueles como estas tem o seu fundamento na busca incessante da dignificação do ser humano, na igualdade jurídica de todas as pessoas pela oferta igual de oportunidades na participação da vida social.

Nesse ínterim, os serviços públicos são concedidos ou permitidos a quem os deseja prestar, na hipótese de se dar o seu desempenho sob o regime de concessão ou permissão, sempre segundo o interesse público a ser buscado. Ensina Celso Antônio Bandeira de Mello que *"entende-se por concessão de serviço público o ato complexo através do qual o Estado atribui a alguém o exercício de um serviço público e este aceita prestá-lo em nome do Poder Público sob condições fixadas e alternáveis unilateralmente pelo Estado mas por sua conta, risco e perigos ..."* (MELLO, Celso Antônio Bandeira de - **Prestação de serviços públicos e administração indireta**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1979, p. 35).

O que define, então, o regime de prestação dos serviços públicos é a necessidade da sociedade, a demanda que com eles busca o Estado responder, a fim de aperfeiçoar os fins afirmados no sistema. Entender, com clareza, que o objeto do dispositivo legal questionado na presente ação, diz com a prestação dos serviços públicos e com obrigações que aos seus prestadores, concessionários da atividade do serviço funerário, é essencial para a conclusão sobre o desate da questão posta a exame, posto que o Autor aponta como um dos seus argumentos da alegada inconstitucionalidade, exatamente a afronta ao artigo 170 da Constituição Federal, no qual se contém a garantia da livre iniciativa.

A livre iniciativa e livre concorrência, previstas no *caput* do artigo 170 da Constituição Federal, significa a liberdade de comércio e de indústria, a liberdade empresarial e a liberdade contratual que são constitucionalmente asseguradas. Não se há negar que as empresas concessionárias dispõem de liberdade constitucionalmente garantida para se constituírem e desempenharem as atividades para as quais foram criadas. Todavia, a titularidade de serviços públicos, como o serviço funerário, mantém-se com o concedente - ente público - e o seu exercício afeiçoa-se à demanda social e, ainda, ao cumprimento das exigências constitucionais e legais.

Desse modo, não é porque a Constituição garante a livre iniciativa que se pode cogitar de liberdade de uma empresa para desempenhar aquelas atividades sem se submeter às normas legais, sobre os cuidados e limites para o desenvolvimento da tarefa, se vier a ser cometida à empresa e, principalmente, ao contrato no qual se estabelecem, de acordo com os ditames das leis, os direitos, mas também os limites, as obrigações e a responsabilidade do concessionários do serviço.

Tanto está estampado no artigo 175, parágrafo único, da Constituição da República, no qual se enfatiza que *"... o regime das empresas concessionárias e permissionárias de serviços públicos, o caráter especial de seu contrato e de sua prorrogação, bem como as condições de caducidade, fiscalização e rescisão da concessão ou permissão; II - os direitos dos usuários; III - política tarifária; IV - a obrigação de manter serviço adequado"*.

Dessa feita, o empresário que constitui uma empresa voltada à prestação de serviço público funerário ampara-se no princípio constitucional da livre iniciativa para constituir a sua empresa, não dispondo de ampla liberdade para prestação daquele serviço. Justamente porque é concessionário de um serviço público. E quanto a esse nem ao menos o Poder Público tem liberdade. Presta-o porque tem de, não porque assim quer ou como decide. De resto, a concessão, como realçado antes, dá-se segundo previsto na lei a que se remete a Constituição (artigo 175, parágrafo único - *"a lei disporá sobre..."*).

Em caso análogo, o Supremo Tribunal Federal assim decidiu:

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE:
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE

TRANSPORTE RODOVIÁRIO INTERMUNICIPAL, INTERESTADUAL E INTERNACIONAL DE PASSAGEIROS - ABRATI. CONSTITUCIONALIDADE DA LEI N. 8.899, DE 29 DE JUNHO DE 1994, QUE CONCEDE PASSE LIVRE ÀS PESSOAS PORTADORAS DE DEFICIÊNCIA. **ALEGAÇÃO DE AFRONTA AOS PRINCÍPIOS DA ORDEM ECONÔMICA, DA ISONOMIA, DA LIVRE INICIATIVA E DO DIREITO DE PROPRIEDADE, ALÉM DE AUSÊNCIA DE INDICAÇÃO DE FONTE DE CUSTEIO (ARTS. 1º, INC. IV, 5º, INC. XXII, E 170 DA CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA): IMPROCEDÊNCIA.** 1. A Autora, associação de classe, teve sua legitimidade para ajuizar ação direta de inconstitucionalidade reconhecida a partir do julgamento do Agravo Regimental na Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 3.153, Rel. Min. Celso de Mello, DJ 9.9.2005. 2. Pertinência temática entre as finalidades da Autora e a matéria veiculada na lei questionada reconhecida. 3. Em 30.3.2007, o Brasil assinou, na sede das Organizações das Nações Unidas, a Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, bem como seu Protocolo Facultativo, comprometendo-se a implementar medidas para dar efetividade ao que foi ajustado. 4. A Lei n. 8.899/94 é parte das políticas públicas para inserir os portadores de necessidades especiais na **sociedade e objetiva a igualdade de oportunidades e a humanização das relações sociais, em cumprimento aos fundamentos da República de cidadania e dignidade da pessoa humana, o que se concretiza pela definição de meios para que eles sejam alcançados.** 5. **Ação Direta de Inconstitucionalidade julgada improcedente.** (ADI 2649, Relator(a): Min. CARMEN LÚCIA, Tribunal Pleno, julgado em 08/05/2008, DJe-197 DIVULG 16-10-2008 PUBLIC 17-10-2008, v. 30, n. 358, 2008, p. 34-63)

A livre iniciativa presta-se, em sua extensa mais plena, à garantia de *liberdade empresarial* para atividades desta natureza. Para os concessionários de serviço público o regime não é de livre iniciativa, mas de iniciativa de liberdade regulada nos termos da lei, segundo as necessidades da sociedade. Menos ainda se tem, no caso, o livre desempenho das atividades-fins da empresa.

O que se contém na Lei n. 5.166/2009 não é senão o cuidado com uma espécie de serviço concedido (serviço funerário), a fim de evitar que toda e qualquer pessoa que necessite dos serviços hospitalares e/ou de outra casa de saúde, depare-se com uma funerária, a qual indubitavelmente à morte, o que se pretende evitar.

Ademais, disso tudo se conclui que as disposições constitucionais previstas no Título VII da Constituição Federal - Da Ordem Econômica e Financeira - estão ali justamente para regulamentar a atividade econômica privada e não os serviços públicos.

Conforme consigna o à época ilustre Procurador de Justiça Dr. Raulino Jacó Bruning "... no caso do serviço público funerário, não se aplicam as regras constantes do Título VII da Constituição Federal. É que, como titular do referido serviço público, o Município de Jaraguá do Sul, dentro dos princípios que circundam a administração pública, pode dispor dele da forma como entender mais adequada. Se quiser prestar diretamente o serviço, poderá fazê-lo. Se quiser delegar para uma ou duas empresas, assim o fará". (fl. 263)

Assim, o fato de a legislação municipal determinar uma distância mínima de 500 (quinhentos) metros entre as empresas funerárias e os hospitais ou casas de saúde, torna a norma constitucional.

b.2) Da obrigação de o futuro concessionário em prestar serviço gratuito sem qualquer limite e/ou contraprestação ao Município de Jaraguá do Sul (alínea "c" do inciso I do artigo 6º, inciso VI do artigo 7º, artigos 14 e 17)

A alegação de inconstitucionalidade da alínea "c" do inciso I do artigo 6º, inciso VI do artigo 7º, artigos 14 e 17, nos quais o Município de Jaraguá do Sul estipula a gratuidade do serviço funerário às pessoas comprovadamente carentes, sem qualquer contraprestação por parte do Município de Jaraguá do Sul e, aqui, reside outra alegação de ofensa à Constituição.

Neste ponto, razão assiste, em parte, ao Demandante.

Com efeito, não havendo limites e/ou previsão de custeio dessa gratuidade oferecida à população carente, por parte do Município de Jaraguá do Sul, a imprescindível relação de proporção dos contratos administrativos (encargos assumidos pela contratado e o valor da contraprestação assumida pela Administração Pública), bem como os futuros concorrentes a esse serviço de concessão (previsão de licitação pública para tanto), entrarão num ambiente de completa insegurança, totalmente desestimulados para concorrerem por tais serviços, frustrando esse essencial processo licitatório.

No caso em apreço, a inconstitucionalidade está justamente no "vácuo" existente nas normas atacadas (ausência de previsão sobre a contraprestação referente ao serviço oferecido de graça para as pessoas carentes) e, que, por assim ser, não dá margem para qualquer interpretação, inviabilizando também, em regra, a utilização do mecanismo da interpretação conforme à Constituição.

Ocorre que, muito embora seja evidente essa lacuna deixada pelo legislador, deve-se levar muito em conta a iniciativa do Município de Jaraguá do Sul, em custear um serviço essencial à população carente, e, por isso, não fiquei satisfeito com o fato de ter que fulminar a totalidade dos dispositivos (alínea "c" do inciso I do artigo 6º, inciso VI do artigo 7º, artigos 14 e 17), o que causaria, ademais, maior atraso no oferecimento dos serviços funerários - pelos quais a procura e necessidade é constante - de maneira gratuita a quem não tem condições financeiras para arcar com os altos custos deles decorrentes. Excelências, esses serviços, ao meu ver, deveriam desde sempre, serem custeados pelo Estado, sob afronta inclusive ao princípio constitucional da dignidade da pessoa humana, à medida que todos devem ter o direito de sepultar seus entes queridos.

É estante que a nova interpretação constitucional não procura mais por um único sentido válido para todas as situações sobre as quais incidam, porque diante das cláusulas constitucionais de sentido aberto, com conteúdo principiológico e extremamente dependente da realidade subjacente, o texto pode demarcar apenas uma moldura dentro da qual se desenham diferentes possibilidades interpretativas em determinados casos.

Pois bem, seguindo esse raciocínio, ao analisar detidamente a jurisprudência do Supremo Tribunal Federal, Corte Máxima, norteadora do sentido exegético das leis constitucionais, verifiquei que, em muitos casos, o Tribunal não se atentou para os limites, sempre imprecisos, entre a interpretação conforme delimitada negativamente pelos sentidos literais do texto e a decisão interpretativa modificativa desses sentidos originais postos pelo legislador. Houve aditamento ao texto impugnado, no sentido de torná-lo constitucional. À esse resultado aditivo chega-se por vias técnicas diversas (procedência parcial sem redução de texto, interpretação conforme a Constituição restritiva ou extensiva do âmbito de incidência da norma impugnada em ADI, extensão da área de incidência de disciplina análoga já existente, etc.) e talvez isso explique o silêncio da doutrina sobre a natureza desse conjunto de decisões.

Evidencia-se que na ADPF n. 54 (a qual discutiu a constitucionalidade da criminalização dos abortos de fetos anencéfalos) e nas ADI's n. 1.105 e 1.127 (Estatuto da Advocacia), n. 3.324, n. 3.046, n. 2.652, n. 1.946, n. 2.209, n. 2.596, n. 2.332, dentre outras, houve o expresse reconhecimento da inevitabilidade dos efeitos aditivos em controle de constitucionalidade, visto que, é dado ao Judiciário, ao analisar a constitucionalidade de um texto legal, somar, aos seus efeitos típicos, o provimento necessário a acautelar o interessado contra a eventualidade de não se ultimar o processo legislativo, no prazo razoável que fixar, de modo a facultar-lhe, quando possível, a satisfação do direito tutelado.

Sobre o tema, ensinam os eméritos Gilmar Mendes, Inocêncio Coelho e Paulo Gustavo Branco no seu Curso de Direito Constitucional, 2ª ed. Saraiva: São Paulo, 2008, p. 1127, que:

"... É possível antever se o Supremo Tribunal Federal acabará por se livrar do vetusto dogma do legislador negativo e aliar-se-á à mais progressiva linha jurisprudencial das decisões interpretativas com eficácia aditiva, já adotada pelas principais Cortes Constitucionais do mundo. A assunção de uma atuação criativa pelo Tribunal poderá ser determinante para a solução de antigos problemas relacionados à inconstitucionalidade por omissão, que muitas vezes causa entraves para a efetivação de direitos e garantias fundamentais assegurados pelo texto constitucional".

Dessa feita, reputo prudente e necessário o emprego dessa técnica constitucional de interpretação aditiva. E, nesse passo, a solução seria complementarmos os dispositivos que prevêm a gratuidade dos serviços funerários (alínea "c" do inciso I do artigo 6º, inciso VI do artigo 7º, artigos 14 e 17).

Como nos é vedado e impossível tecermos qualquer opinião e/ou previsão concernente ao aspecto financeiro de um Município, cabendo somente a ele próprio (seus administradores) deliberar sobre toda e qualquer onerosidade atribuída para si, vislumbro a possibilidade de constar nos textos legais ora questionados, que a contraprestação pelo serviço custeado (Município de Jaraguá do Sul) seja prevista no edital do processo licitatório referente à concessão dos serviços funerários.

Assim, preenche-se o espaço deixado nas normas, conferindo-lhes constitucionalidade, sem que se retire do ordenamento disposição essencial à população carente (gratuidade dos serviços funerários), de maneira que o próprio Município, dentro dos seus limites, estipule uma contraprestação justa ao concessionário do serviço público.

Posto isso, voto no sentido de julgar procedente, em parte, o pedido inicial para determinar que conste tanto alínea "c" do inciso I do artigo 6º, quanto no inciso VI do artigo 7º, bem como nos artigos 14 e 17, que a contraprestação pelo serviço gratuito será devidamente prevista no edital do processo licitatório referente à concessão do serviço funerário.

DECISÃO

Nos termos do voto do relator, decide o Órgão Especial, por votação unânime, no mérito, por votação unânime, julgar parcialmente procedente o pedido para determinar que na alínea "c" do inciso I do art. 6º, no inciso VI do art. 7º, no art. 14 e no art. 17, todos da Lei n. 5.166/2009, do município de Jaraguá do Sul, conste que a contraprestação pelo serviço gratuito será devidamente prevista no edital do processo licitatório referente à concessão do serviço funerário. O Exmo. Sr. Des. Newton Trisotto manifestou intenção de declarar voto. Participaram do julgamento, realizado no dia 3 de agosto de 2011, os Exmos Srs. Desembargador Carlos Prudêncio - Relator, Desembargador Gaspar Rubik, Desembargador

Cláudio Barreto Dutra, Desembargador Newton Trisotto, Desembargador Sérgio Paladino, Desembargador Solon d'Eça Neves, Desembargador Mazoni Ferreira, Desembargador Irineu João da Silva, Desembargador Vanderlei Romer, Desembargador Eládio Torret Rocha, Desembargador José Volpato de Souza, Desembargador Sérgio Roberto Baasch Luz, Desembargadora Salete Silva Sommariva, Desembargador Ricardo Fontes, Desembargador Jaime Ramos, Desembargador Newton Janke, Desembargador Lédio Rosa de Andrade, Desembargador Sérgio Izidoro Heil e Desembargador João Henrique Blasi.

Presidiu a sessão o Exmo. Sr. Desembargador Gaspar Rubik.

Funcionou como Representante do Ministério Público a Exma. Sra. Dra. Vera Lúcia Copetti.

Florianópolis, 17 de agosto de 2011.

Des. CARLOS PRUDÊNCIO
Presidente e Relator

Declaração de voto do Exmo. Sr. Des. Newton Trisotto

Os fundamentos do voto do relator, Desembargador Carlos Prudêncio, são substancialmente os mesmos que expus na seção do Órgão Especial do dia 03.08.2011.

Manifestei interesse em declarar voto. Todavia, os sucessivos períodos de afastamento da atividade judicial, em férias e licenças médicas, e a proximidade do recesso e das férias de janeiro/2012 compelem a abdicar desse direito para não retardar ainda mais a publicação do acórdão.

Com esse registro, devolvo os autos à Diretoria Judiciária.

Florianópolis, 19 de dezembro de 2011.

Desembargador Newton Trisotto

Anexo B - Apelação Cível em Mandado de Segurança n. 2011.010317-3, de Joinville**Relator: Des. Cid Goulart**

REEXAME NECESSÁRIO E APELAÇÃO CÍVEL EM MANDADO DE SEGURANÇA - EMPRESAS DESTINADAS AO COMÉRCIO VAREJISTA - AUTO DE INTIMAÇÃO DETERMINANDO A PROIBIÇÃO DO COMÉRCIO DE ÓCULOS SOLARES PELAS IMPETRANTES - PORTARIA MUNICIPAL QUE VEDA A SUA COMERCIALIZAÇÃO POR ESTABELECIMENTOS QUE NÃO SEJAM CLASSIFICADOS COMO ÓTICAS REGULARES - MEIO INADEQUADO PARA CRIAÇÃO DE RESTRIÇÃO AO EXERCÍCIO DA LIBERDADE INDIVIDUAL DOS PARTICULARES - VÍCIO FORMAL - REPETIÇÃO DO TEOR DE LEI MUNICIPAL DECLARADA INCONSTITUCIONAL PELA CORTE DE JUSTIÇA CATARINENSE POR AFRONTA À LIBERDADE DE COMÉRCIO - INAPLICABILIDADE DO DECRETO-FEDERAL N. 24.492/34 E DO DECRETO-LEI N. 8.829/46, UMA VEZ QUE NÃO RECEPCIONADOS PELA CONSTITUIÇÃO FEDERAL NO QUE TANGE À VEDAÇÃO AO COMÉRCIO DE ÓCULOS DE SOL SEM GRAU - PREVALÊNCIA DO PRINCÍPIO DA LIVRE CONCORRÊNCIA - DIREITO LÍQUIDO E CERTO DAS IMPETRANTES DE COMERCIALIZAR OS PRODUTOS EM QUESTÃO - CONCESSÃO DA SEGURANÇA - SENTENÇA MANTIDA - REMESSA E RECURSO DESPROVIDOS.

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível em Mandado de Segurança n. 2011.010317-3, da comarca de Joinville (2ª Vara da Fazenda Pública), em que é apelante Município de Joinville, e apelados Clauvi Comércio de Artigos Esportivos Ltda e outros:

A Segunda Câmara de Direito Público decidiu, por votação unânime, negar provimento ao reexame necessário e ao recurso, mantendo incólume a sentença objurgada em todos os seus termos. Custas na forma da lei.

O julgamento, realizado no dia 22 de novembro de 2011, foi presidido pelo Excelentíssimo Senhor Desembargador Newton Janke, com voto, e dele participou o Excelentíssimo Senhor Desembargador Ricardo Roesler.

Florianópolis, 23 de novembro de 2011.

Cid Goulart
RELATOR

RELATÓRIO

Clauvi Comércio de Artigos Esportivos Ltda., GR Moda Esportiva Ltda., e Surf Jaws Comércio de Artigos Esportivos Ltda. impetraram Mandado de Segurança contra atos do Diretor da Vigilância Sanitária e do Secretário da Saúde do Município de Joinville em decorrência da lavratura dos autos de intimação ns. 023477, 023478, 024765 e 024761, os quais vedaram a comercialização de produtos ópticos pelas impetrantes, haja vista estarem desrespeitando as disposições da Lei Complementar Municipal n. 07/93 e da Portaria Municipal n. 54/08.

Alegaram que inexistia previsão legal no que tange à fiscalização sobre estabelecimentos que vendem óculos solares; que a Portaria n. 54/08 apenas repete o teor da Lei Municipal n. 4.901/03, o qual foi declarada inconstitucional pelo TJSC por afronta ao princípio do livre exercício da atividade econômica; e que a Lei Complementar Municipal n. 07/93 não se aplica ao caso, uma vez que relativa a estabelecimentos de saúde, o que não é o caso das impetrantes.

Requereram a concessão de liminar para que fossem suspensos os efeitos dos Autos de Intimação referidos, e, ao final, a concessão da segurança a fim de declará-los nulos, possibilitando a comercialização dos óculos solares sem grau.

A liminar foi deferida conforme decisão de fls. 119-122.

Devidamente notificadas, as autoridades impetradas prestaram suas informações às fls. 133-153.

Após parecer do Ministério Público opinando pela concessão da segurança (fls. 216-225), sobreveio sentença nos seguintes termos (fls. 227-233):

"[...] CONFIRMO A DECISÃO LIMINAR (fls. 119-122) e CONCEDO A SEGURANÇA pleiteada, para tornar sem efeito os Autos de Intimação ns. 023477, 023478, 024761 e 024765, garantindo às impetrantes o direito líquido e certo de comercializar os produtos ópticos - óculos solares de proteção, com cor e sem grau -, independentemente da adequação dos estabelecimentos à Portaria 54/2008, do Município de Joinville. Custas pelo Município de Joinville, porquanto as autoridades coatoras integram a Administração Direta Municipal. Sem honorários (art. 25, Lei n. 12.016/2009). Sentença sujeita ao duplo grau de jurisdição (art. 14, 1, Lei n. 12.016/2009) P.R.I."

Inconformado, o Município de Joinville interpôs Apelação (fls. 245-275). Aduziu basicamente que a sentença não merece prosperar, pois: não houve qualquer excesso ou abuso no exercício do seu Poder de Polícia, já que os autos de intimação estão respaldados na legislação em vigor e impõem apenas a proibição do comércio de óculos solares, facultando aos estabelecimentos a continuação das suas atividades para comercializar outras mercadorias; as restrições têm por finalidade proteger a saúde pública, uma vez que compete ao Poder Público fiscalizar e controlar os excessos cometidos pelos administrados através do serviço de vigilância sanitária, devendo o interesse público prevalecer sobre o particular; o exercício da atividade econômica não é absoluto e, no caso dos autos, está sendo condicionado e não suprimido; a comercialização de óculos de sol de procedência duvidosa, mesmo sem grau, poderá acarretar sérios riscos à saúde da visão da população, impondo-se à Vigilância Sanitária a fiscalização e aplicação das leis que proíbem a venda desses produtos fora das óticas; a restrição é anterior ao ato municipal impugnado, uma vez que o Decreto-lei n. 8.829/46 estendeu ao comércio dos vidros oftalmológicos sem grau o disposto no Decreto Federal n. 24.492/34, o qual proíbe a comercialização por estabelecimentos que não sejam óticas regulares.

Requeru o conhecimento e o provimento do recurso para que seja reformada a sentença, denegando-se a segurança de forma a manter vedada a comercialização de óculos solares, ainda que sem grau, em estabelecimentos não especializados.

Intimadas, as apeladas apresentaram suas contrarrazões às fls. 286-291, pugnando pela manutenção integral da sentença.

A Douta Procuradoria-Geral de Justiça, em parecer da lavra do Excelentíssimo Senhor Procurador de Justiça Doutor Plínio Cesar Moreira, manifestou-se pelo conhecimento e desprovimento do recurso (fls. 304-310).

O Sindicato do Comércio Varejista de Materiais Ópticos, Fotográficos e Cinematográficos do Estado de Santa Catarina - SINDIOPTICA requereu ingresso na lide como assistente litisconsorcial do apelante, o que foi deferido, bem como, a reforma da sentença para ver assegurada a higidez das normas impugnadas na exordial (fls. 312-324).

É a síntese do essencial.

VOTO

Trata-se de Reexame Necessário e Apelação Cível em Mandado de segurança interposta pelo Município de Joinville contra a sentença que, nos autos do Mandado de Segurança n. 038.09.046661-3, da Comarca de Joinville, concedeu a segurança para tornar sem efeito os autos de intimação impugnados pela impetrantes, garantindo às mesmas o direito de comercializar óculos solares sem grau independentemente da adequação à Portaria Municipal n. 54/08.

Compulsando os autos, verifica-se que as impetrantes, empresas destinadas ao comércio varejista na cidade de Joinville, restaram intimadas (autos de intimação ns. 023477, 023478, 024761 e 024765) por afronta à Lei Complementar Municipal n. 07/93 e à Portaria Municipal n. 54/08, ocasião em que foram proibidas de comercializarem óculos de sol sem grau até a adequação dos estabelecimentos à exigências da Portaria referida.

A sentença, pois, deve ser mantida integralmente.

Em face do brilhantismo da argumentação, permito-me adotar como razão de decidir o parecer lavrado pelo Excelentíssimo Senhor Procurador de Justiça Doutor Plínio Cesar Moreira às fls. 304-310, que abordou a questão de forma inequívoca e cujo entendimento corroboro integralmente:

"Colhe-se dos autos de intimação acostados às fls. 62-65 que os apelados foram autuados por desrespeitarem, em tese, o disposto na Lei Complementar Municipal n. 07/93, sobre o dever de prevenção de danos à saúde pública, e ao previsto pela Portaria Municipal n. 54/08.

Estatui referida portaria:

Art. 1º A partir da presente data fica vedada no município de Joinville a venda de óculos de sol e/ou lentes de proteção sem grau, com ou sem cor, por estabelecimento não classificado como estabelecimento de venda ao varejo de serviços de produtos ópticos.

Art. 2º Para efeitos desta Portaria, entende-se por estabelecimento de venda ao varejo de serviços de produtos ópticos aquele que comercializa óculos de proteção solar, óculos com ou sem lentes corretoras, de cor ou sem cor, e lentes de contatos e que possui responsável técnico devidamente habilitado e registrado no respectivo Conselho Regional.

(...)

Art. 7º A fiscalização bem como as notificações e imposições de penalidade de multa ficarão sob a responsabilidade do Gerente da Unidade de Vigilância em Saúde da Secretaria Municipal de Saúde, através da Coordenação de Vigilância Sanitária.

Previamente ao exame do conteúdo do ato municipal, é preciso apontar o vício formal em que incorreu a Portaria n. 054/08, já que, de fato, não é meio adequado para que seja criada nova restrição imposta aos particulares no exercício da liberdade de comércio.

Consoante expõe o doutrinador Celso Antônio B. De Mello:

Portaria - é fórmula pela qual autoridades de nível inferior ao de Chefe do Executivo, sejam de qualquer escalão de comandos que forem, dirigem-se a seus subordinados, transmitindo decisões de efeito interno, quer com relação ao andamento das atividades que lhes são afetas, quer com relação à vida funcional de servidores, ou, até mesmo, por via delas, abrem-se inquéritos, sindicâncias, processos administrativos. (MELLO, Celso Antônio Bandeira de. Curso de Direito Administrativo. 21ª ed. São Paulo: Malheiros, 2006. p. 419) (grifou-se)

Nota-se que a portaria não é instrumento para que o Poder Executivo Municipal determine norma geral e abstrata, dirigida aos cidadãos, com o fito de condicionar o exercício de uma liberdade individual.

Outrossim, a lei 8.080/1990 disciplinou em seu art. 18, inc. XII, a competência administrativa da direção municipal do Sistema Único de Saúde, prevendo-lhe a atribuição para normatizar complementarmente as ações e serviços públicos de saúde no seu âmbito de atuação.

Assim, verifica-se que, na edição da Portaria n. 054/08, houve a extrapolação da competência das autoridades impetradas, já que, no âmbito municipal, o poder de regulamentação da saúde pública é meramente complementar às normas estaduais e federais, não lhe competindo inovar em obrigações e restrições ao livre comércio.

Quanto à vedação do comércio de óculos solares e coloridos sem grau por estabelecimentos comerciais que não sejam ópticas especializadas, a matéria já foi assentada pelo Tribunal de Justiça Catarinense, em ação direta de inconstitucionalidade, nos seguintes termos:

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE - LEI ORDINÁRIA N. 4.901/2003, DE JOINVILLE - FISCALIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO DOS ESTABELECIMENTOS QUE FABRICAM OU COMERCIALIZAM PRODUTOS ÓPTICOS - COMPETÊNCIA ASSEGURADA AO MUNICÍPIO PARA LEGISLAR SOBRE A DEFESA DA SAÚDE, COM O INTUITO DE RESGUARDAR SEUS HABITANTES DE PRODUTOS POTENCIALMENTE LESIVOS – INTERPRETAÇÃO DOS ARTS. 23, II, 24, XII E 30, I, TODOS DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL – LEI MUNICIPAL QUE SUBORDINA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE COMERCIAL À CONTRATAÇÃO DE OPTOMETRISTA E À AQUISIÇÃO DE RESPECTIVOS EQUIPAMENTOS, INCLUSIVE NOS ESTABELECIMENTOS QUE VENDEM APENAS ÓCULOS DE SOL SEM GRAU - EXIGÊNCIA QUE EXTRAVASA A POLÍTICA DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA BARREIRA DESNECESSÁRIA AO LIVRE COMÉRCIO - VIOLAÇÃO AO ART. 134 DA CARTA ESTADUAL – PEDIDO JULGADO PROCEDENTE. (Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2004.030631-3, de Joinville. Des. Relator Moacyr de Moraes Lima Filho. Julgada pelo Tribunal Pleno em 27/07/2009)

Destarte, declarada inconstitucional a Lei Municipal n. 4.901/03, de Joinville, torna-se evidente que a posterior edição da Portaria n. 054/08, com o mesmo teor da lei afastada, encontra-se igualmente eivada pela pecha da inconstitucionalidade.

Por fim, no tocante ao Decreto-lei n. 8.829/46, que estendeu a aplicação do Decreto Federal n. 24.492/34 ao comércio de vidros oftálmicos sem grau, restringindo esta atividade apenas às ópticas oficialmente estabelecidas, entende-se que tal regulamentação não se emprega ao caso em tela. Isso porque a legislação federal referida é bastante anterior à Constituição Federal de 1988, devendo ser aplicada apenas no que for compatível com a atual Carta Magna Brasileira.

Desse modo, corroborando o posicionamento adotado pelo Tribunal de Justiça de Santa Catarina no julgamento da ADI n. 2004.030631-3, observa-se que o decreto federal n. 24.492/34 e o decreto-lei n. 8.829/46, apenas no que tange à vedação ao comércio de óculos solares e de lentes sem grau, não foi recepcionado pela Constituição Cidadã, visto que cria barreira desnecessária à liberdade de comércio e ofende ao princípio constitucional da livre concorrência (art. 170, inc. IV, da CF/88)."

Convém também trazer à baila a fundamentação adotada na ADIn acima referida e que também se aplica ao presente julgamento:

"[...] a referida norma municipal não se limitou a disciplinar o peculiar interesse do Município, nos termos restritos da política de vigilância sanitária. Aqui, o legislador foi além, pois regulou de modo direto a própria liberdade da atividade econômica, subordinando o exercício deste direito à contratação de optometrista e à disponibilidade dos respectivos equipamentos, inclusive nos estabelecimentos que vendem apenas óculos de sol sem grau, como condição para a obtenção do respectivo alvará de funcionamento, sem o qual fica o comerciante sujeito à apreensão de seus produtos e à aplicação de multa cumulativa.

O diploma legal não está em conformidade, ainda, com os imperativos da razoabilidade e proporcionalidade, na medida em que exige a presença de técnico óptico em todos os estabelecimentos comerciais, inclusive naqueles que vendem apenas óculos de sol sem grau, o que na prática significa estender a estes produtos as mesmas exigências legais pertinentes à comercialização de óculos com grau, estabelecidas nos Decretos Federais 20.931/32 e 24.492/34, inviabilizando a atividade econômica para inúmeros segmentos do comércio varejista.

A rigor, estipulou a lei encargos em excesso, criando verdadeira barreira ao livre exercício de atividade voltada à venda de óculos de sol sem grau. A manutenção de técnico, nos aludidos casos, torna-se inútil, além de ser onerosa ao comerciante, como bem advertiu o ilustre Procurador de Justiça, Dr. Gilberto Callado de Oliveira à fl. 209.

O princípio da livre iniciativa constitui o fundamento da ordem econômica e atribui à esfera privada o papel primordial de produção e circulação de bens ou serviços (art. 134 da Constituição Estadual).

Neste contexto, compete ao poder público a adoção de medidas com a menor intervenção possível, mas aptas a atingir o resultado pretendido - proteção à saúde visual -, mediante a imposição de ônus que seja proporcional e adequado às peculiaridades dos diferentes destinatários - estabelecimentos industriais, atacadistas ou varejistas que fabricam ou comercializam produtos ópticos.

Sabe-se que a livre iniciativa envolve a liberdade de indústria e de comércio (SILVA, José Afonso da. Curso de Direito Constitucional Positivo, 15ª Edição, São Paulo. Melhoramentos, p. 759).

No caso em exame, a imposição de obstáculo à livre iniciativa retira a possibilidade que tem outros empreendedores de concorrer à atividade econômica, pois de forma direta gera o aumento dos custos para os atuais comerciantes de óculos de sol sem grau, inviabilizando a abertura de novos estabelecimentos, além de estimular à reserva de mercado.

É preciso deixar claro que a preocupação do legislador municipal em proteger o interesse coletivo à saúde visual, além de relevante, poderá ser atingida por outros meios menos gravosos, que não inviabilize o comércio de óculos de sol sem grau.

[...]

Como visto, a norma municipal atacada, longe de servir apenas para fins de

fiscalização em prol do interesse coletivo, pretendeu regular a comercialização de óculos de sol sem grau, a partir do cumprimento de exigências que não se adéquam aos preceitos constitucionais da livre iniciativa, da livre concorrência e do livre exercício da atividade econômica (arts. 134 e 135, § 4º da Carta Estadual e art. 170, caput, IV e parágrafo único, da Constituição Federal).

Por tais razões, o voto é pelo desprovimento do reexame necessário e do recurso.

Este é o voto.

Gabinete Des. Cid Goulart

Anexo C - Apelação Cível n.1.0024.06.207862-1/002, de Belo Horizonte/MG

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL- AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER- CONTRATO DE SEGURO DE VIDA- VIGENCIA ANUAL- NÃO RENOVAÇÃO-POSSIBILIDADE-COMUNICAÇÃO PREVIA AO SEGURADO- BOA-FÉ OBJETIVA- DIREITO ADQUIRIDO - INEXISTÊNCIA Não tem o segurado direito adquirido à manutenção das condições estipuladas em contrato de seguro de vida, podendo a seguradora, lícitamente, suprimir ou modificar as condições contratuais no momento da renovação. Havendo prévia comunicação ao segurado acerca da não-intenção de renovar o contrato, não pode a seguradora ser compelida a se manter vinculada aos mesmos termos da apólice anterior, devendo prevalecer os princípios da liberdade de contratar, autonomia privada, boa-fé objetiva e função social dos contratos.

APELAÇÃO CÍVEL Nº 1.0024.06.207862-1/002 - COMARCA DE BELO HORIZONTE - APELANTE(S): SÍLVIO ELIAS - APELADO(A)(S): SUL AMERICA SEGUROS DE VIDA E PREVIDENCIA S/A - RELATOR: EXMO. SR. DES. LUCIANO PINTO

ACÓRDÃO

Vistos etc., acorda, em Turma, a 17ª CÂMARA CÍVEL do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais, incorporando neste o relatório de fls., na conformidade da ata dos julgamentos e das notas taquigráficas, à unanimidade de votos, EM NEGAR PROVIMENTO AO RECURSO.

Belo Horizonte, 14 de novembro de 2007.

DES. LUCIANO PINTO – Relator

NOTAS TAQUIGRÁFICAS

Produziu sustentação oral, pelo apelado, o Dr. Marcelo Augusto Ferreira Brandão.

O SR. DES. LUCIANO PINTO:

VOTO

Sílvio Elias ajuizou ação de obrigação de fazer, com pedido de tutela antecipada, em face de Sul América Seguros de Vida e Previdência S.A.

Narrou ser detentor de apólice de seguro de vida da ré há mais de trinta anos, que vem sendo renovada anualmente, e que em 17/08/1999, por imposição da ré, adequou seu contrato para a atual apólice da Executivos Seguros.

Disse que em julho de 2006 foi surpreendido com uma notificação da ré informando-lhe sobre a faculdade de contratação de novo seguro, dentre as três opções fornecidas, pois ocorreria a extinção do atual seguro a partir de 30/09/2006.

Afirmou que deve ocorrer a manutenção dos direitos previstos no contrato, impedindo a ré de cancelar o seguro, alegando a ocorrência de direito adquirido, ato jurídico perfeito, bem como a inconstitucionalidade do artigo 64, § 2º da circular 302/05 da SUSEP, que viola o direito adquirido.

Aduziu que em respeito aos preceitos do CDC, não pode a ré alterar unilateralmente o contrato, fazendo reajustes excessivos, tendo o contrato de seguro, a seu aviso, caráter vitalício, com garantia de estabilidade e continuidade.

Requeru liminarmente a manutenção do contrato nos patamares acordados, a inversão do ônus da prova, e a nulidade das cláusulas contratuais 22.2 e 24 contidas nas condições gerais da apólice, por serem abusivas.

Tutela antecipada deferida às fls. 46/47.

Agravo de instrumento contra tal decisão (fls. 49/83), ao qual foi dado provimento por este Egrégio Tribunal (fls. 337/340).

Contestação de fls. 89/117, alegando o réu que inexistiu abusividade contratual, aduzindo que o contrato com o autor é temporário e anual, com expressa previsão de não- renovação, mediante notificação prévia do segurado, tendo agido com boa-fé e oferecido a faculdade de contratação de novo seguro, com as novas condições, não havendo que se falar em direito adquirido.

Impugnação à contestação de fls. 342/351.

Instadas a especificar provas, ambas as partes narraram não terem outras provas a produzir (fls. 353 e 355/356).

Sobreveio sentença que julgou improcedente a demanda, condenando o autor nas custas e honorários sucumbenciais, fixados em R\$300,00, suspendendo a exigibilidade nos termos da lei 1.060/50, ao argumento de que inexistiu ilegalidade na conduta da ré, tendo comunicado ao autor, na forma contratada, o interesse em não renovar o contrato, agindo de boa-fé, possibilitando-lhe a contratação de outro seguro, previamente estipulado e o cientificando das novas condições.

Daí o presente recurso, insurgindo-se o apelante contra a sentença, empolgando as mesmas teses da inicial, requerendo a aplicação dos preceitos do CDC, com a declaração de nulidade das cláusulas 22.2 e 24 do contrato encetado, bem como a continuidade de renovação do mesmo nos mesmos termos pactuados, declarando-se a inconstitucionalidade do artigo 64, § 2º da Circular 302/05 da SUSEP, que viola, a seu aviso, o direito adquirido.

Contra-razões de fls. 511/527, pelo improvimento do recurso.
É o relatório.

Conheço do recurso, presentes os pressupostos de sua admissibilidade.

Vejo que não assiste razão ao apelante.

O apelante alega que o contrato de seguro encetado com o apelado era vitalício, devendo ser observado o direito adquirido e os preceitos do CDC, anulando-se as cláusulas abusivas, que previam a possibilidade de sua não-renovação, devendo ocorrer sua renovação nos mesmos termos pactuados, declarando-se a inconstitucionalidade do artigo 64, § 2º da Circular 302/05 da SUSEP, que viola, a seu aviso, o direito adquirido.

É cediço que os contratos de seguros se submetem aos preceitos do CDC, devendo ser interpretados da forma mais favorável ao segurado, observando-se os princípios da boa-fé, transparência, dever de informação e equidade.

Nesse sentido, os escólios de Cláudia Lima Marques:

" Os contratos de seguro foram responsáveis por uma grande evolução jurisprudencial no sentido de concientizar-se da necessidade de um direito dos contratos mais social, mais comprometido com a equidade, boa-fé e menos influenciado pelo dogma da autonomia da vontade.

As linhas de interpretação asseguradas pela jurisprudência brasileira aos consumidores em matéria de seguros são um bom exemplo da implementação de uma tutela especial para aquele contratante em posição mais vulnerável na relação contratual, antes e depois da entrada em vigor do CDC. Aqui há de se presumir a boa-fé subjetiva dos consumidores e se impor o deveres de boa-fé objetiva (informação, cooperação, cuidado) para os fornecedores, especialmente tendo em conta o modo coletivo de contratação e por adesão." (Apud-Marques, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor- o novo regime das relações contratuais. 4ª ed. São Paulo. RT, 2002. P.394/396.)

Entretanto, estou em que, neste sítio não houve nenhuma abusividade no contrato encetado entre as partes, tendo, sim, sido observados os princípios do micro-sistema consumerista.

O cerne da questão reponta em se saber sobre a legalidade ou não da cláusula contratual que previu a não-renovação da apólice de seguro de vida, a partir da data de seu vencimento, sobre se, se deve ou não, prevalecer o direito adquirido.

A meu aviso não tem o segurado direito adquirido à manutenção das condições estipuladas em contrato de seguro de vida, podendo a seguradora, lícitamente, suprimir ou modificar as condições contratuais no momento da renovação.

Havendo prévia comunicação ao segurado acerca da não-intenção de renovar o contrato, como ocorreu nesta seara (fls. 32), não pode a seguradora ser compelida a se manter vinculada aos mesmos termos da apólice anterior, devendo prevalecer os princípios da liberdade de contratar, autonomia privada, boa-fé objetiva e função social dos contratos.

Nesse sentido, dentre tantos arestos:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO COMINATÓRIA. CONTRATO DE SEGURO DE VIDA. CORRETORA. ILEGITIMIDADE PASSIVA. RESCISÃO DO CONTRATO. VIGÊNCIA ANUAL. POSSIBILIDADE.

-(...)

* O contrato em questão possui vigência anual, sendo que pode deixar de ser renovado pela seguradora, desde que ocorra aviso prévio à segurada, com antecedência mínima de trinta dias. (TJMG-AC262.250-6-Rel: Des. Irmair Ferreira Campos)

AGRAVO DE INSTRUMENTO - SEGURADORA - NÃO RENOVAÇÃO DO CONTRATO DE SEGURO - POSSIBILIDADE - CONTRATO CONSENSUAL - EXTERIORIZAÇÃO DA MANIFESTAÇÃO DE VONTADE - NORMAS DA SUSEP - RECURSO PROVIDO.

-O fato de a seguradora não colocar no mercado contrato idêntico ao antes firmado, não implica em rescisão ou alteração unilateral do contrato de seguro de vida, posto que o contrato de seguro é um contrato consensual, ou seja, vale a vontade das partes contratantes de forma que cada uma oferece o que está dentro de suas possibilidades quando da renovação do contrato vincendo. A seguradora ao comunicar oportunamente ao segurado sua intenção de não renovar o contrato firmado, informando-o da alteração dos termos do seguro e propondo opções de readaptação, no prazo e forma previstos, está agindo dentro das determinações da SUSEP, de acordo com a Resolução n. 317, de 2006, e em conformidade com o Código Civil de 2002, no que se refere às regras gerais dos contratos.(TJMG-AI-207.127-7-Rel.Des.MarceloRodrigues)

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL. (...)OBRIGAÇÃO DE FAZER. CONTRATO DE SEGURO DE VIDA. VIGÊNCIA ANUAL. NÃO-RENOVAÇÃO DO CONTRATO. AUSÊNCIA DE ABUSIVIDADE. COMUNICAÇÃO PRÉVIA ACERCA DO DESINTERESSE PELA RENOVAÇÃO. EXERCÍCIO REGULAR DE DIREITO. (...)

- Ainda que o contrato de seguro tenha se renovado por longa data, não tem o consumidor direito adquirido à manutenção das coberturas e ao valor do prêmio ali avençados, podendo a seguradora, licitamente, suprimir ou modificar as condições contratuais no momento da renovação. Havendo prévia comunicação ao segurado acerca da não-intenção de renovar o contrato, não pode a seguradora ser compelida a se manter vinculada aos mesmos termos da apólice anterior, sob pena de obrigá-la a suportar riscos com os quais sequer anuiu expressamente. Prevalência do princípio da liberdade contratual e autonomia da vontade.(TJMG-AC 148.689-0-Rel.Des. Renato Martins Jacob)

Neste sítio, depreende-se da análise dos autos (fls. 29/30), que o contrato encetado entre as partes, como mesmo dito pelo apelante em sua inicial (fls.03), tinha renovação anual, tendo sido estabelecido como data de aniversário da apólice o dia 18/09/2006 (fls.30), não havendo, pois, que se falar em renovação automática do contrato.

Mais, agiu a apelada com boa-fé, transparência e dever de informação, tendo constado expressamente no contrato, de forma clara e sem margens para dúvidas, tendo livremente sido aceita pelo apelante, cláusula contratual que previa a possibilidade de não- renovação, mediante notificação prévia do consumidor, que ocorreu nesta seara, como se vê às fls.32, tendo restado claro que o atual contrato seria mantido nas mesmas condições até seu prazo final.

Não há falar em colisão das cláusulas 22.2 e 24 com as cláusulas 22.1 e 22.3 (fls. 38, verso) e nem em sua abusividade, não tendo ocorrido abuso do direito em sua estipulação, pois foram cumpridas, como dito, da forma pactuada, tendo sido comunicado ao apelante a não renovação e as novas opções de readaptação.

Não há falar em inconstitucionalidade do artigo 64, § 2º da Circular 302/05 da SUSEP, pois, o apelante prévia e livremente pactou que poderia haver a rescisão contratual, mediante aviso prévio de 30 dias, não havendo, pois que se falar em prevalência de direito adquirido, ato jurídico perfeito, como pretende.

Ressalte-se ainda, que mesmo reconhecendo a incidência do princípio da função social dos contratos, tal fato, por si só, não é capaz de suprimir a vontade dos contratantes, impondo à seguradora ou ao segurado o dever de contratar ou manter-se vinculado ao conteúdo de um contrato anteriormente celebrado. Entendimento diverso afrontaria a própria natureza jurídica do contrato de seguro, impondo-se à seguradora o dever de assumir riscos com os quais sequer anuiu expressamente.

Dessarte, tendo ocorrido a prévia comunicação ao segurado acerca da não-intenção de renovar o contrato, não poderia a seguradora ser compelida a se manter vinculada aos mesmos termos da apólice anterior, sob pena de obrigá-la a suportar riscos com os quais sequer anuiu expressamente, não havendo que se falar em direito adquirido, e, sim, em observância da liberdade de contratar e da autonomia privada, bem como, da boa-fé objetiva nas relações jurídicas, que restaram configuradas neste sítio. Isso posto, nego provimento ao recurso.

É o meu voto.

A SR^a. DES^a. MÁRCIA DE PAOLI BALBINO:

VOTO

De acordo.

O SR. DES. LUCAS PEREIRA:

VOTO

De acordo.

SÚMULA : NEGARAM PROVIMENTO AO RECURSO.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE MINAS GERAIS

APELAÇÃO CÍVEL Nº 1.0024.06.207862-1/002

Anexo D – Agravo de Instrumento nº 2010.073008-7, de Lages
Relator: Des. Jorge Luiz de Borba

Agravos de Instrumento ns. 2010.073008-7, 2010.077467-0 e 2010.073007-0, de Lages

Relator: Des. Jorge Luiz de Borba

RECUPERAÇÃO JUDICIAL. SUSPENSÃO DAS AÇÕES E EXECUÇÕES INDIVIDUAIS MOVIDAS EM FACE DA DEVEDORA. PRORROGAÇÃO DO PRAZO ALÉM DOS 180 (CENTO E OITENTA) DIAS PREVISTOS NO ART. 6º, § 4º, DA LEI N. 11.101/2005 JÁ DEFERIDA EM DUAS OPORTUNIDADES. IMPOSSIBILIDADE DE ADIAMENTO ATÉ A REALIZAÇÃO DA ASSEMBLEIA GERAL DE CREDORES, EVENTO FUTURO E COM DATA INCERTA. RECURSOS A QUE SE EMPRESTA PROVIMENTO.

"Superado o prazo de suspensão previsto no art. 6º, §§ 4º e 5º, da Lei nº 11.101/05, sem que tenha havido a aprovação do plano de recuperação, devem as ações e execuções individuais retomar o seu curso, até que seja aprovado o plano ou decretada a falência da empresa.

O legislador concatenou o período de suspensão de 180 dias com os demais prazos e procedimentos previstos no trâmite do próprio pedido de recuperação, que deve primar pela celeridade e efetividade, com vistas a evitar maiores prejuízos aos trabalhadores e à coletividade de credores, bem como à própria empresa devedora.

A função social da empresa exige sua preservação, mas não a todo custo. A sociedade empresária deve demonstrar ter meios de cumprir eficazmente tal função, gerando empregos, honrando seus compromissos e colaborando com o desenvolvimento da economia, tudo nos termos do art. 47 da Lei nº 11.101/05. Nesse contexto, a suspensão, por prazo indeterminado, de ações e execuções contra a empresa, antes de colaborar com a função social da empresa, significa manter trabalhadores e demais credores sem ação, o que, na maioria das vezes, terá efeito inverso, contribuindo apenas para o aumento do passivo que originou o pedido de recuperação.

Outrossim, uma vez aprovado o plano de recuperação, não se faz plausível a retomada das ações e execuções individuais após o decurso do prazo legal de 180 dias, pois nos termos do art. 59 da Lei nº 11.101/05, tal aprovação implica novação.

Em situações excepcionais, a serem oportunamente enfrentadas por esta Corte, a regra pode comportar exceções. Todavia, o temperamento banalizado e desmedido do prazo de suspensão pode, desde já, importar retrocesso para o drama vivido na época das intermináveis concordatas, que o legislador procurou sepultar"(AgRg no CC n. 110250/DF, rel.^a Min.^a Nancy Andrighi, j. 8-9-2010).

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Agravo de Instrumento n. 2010.073007-0 , da comarca de Lages (3ª Vara Cível), em que é agravante American Oil Distribuidora de Derivados de Petróleo Ltda. e agravada Madepar - Indústria e Comércio de Madeiras Ltda.::

ACORDAM, em Segunda Câmara de Direito Comercial, por votação unânime, conhecer dos recursos e dar-lhes provimento para indeferir o pedido de prorrogação do prazo de suspensão da recuperação judicial. Custas legais.

RELATÓRIO

Jzago Materiais de Construção Ltda. interpôs agravo de instrumento, autuado sob o n. 2010.073008-7, contra a decisão que, nos autos da recuperação judicial de Madepar -

Indústria e Comércio de Madeiras Ltda., determinou a prorrogação do prazo de suspensão de protestos e execuções além dos 180 (cento e oitenta) dias previstos no art. 6º, § 4º, da Lei n. 11.101/2005, o que, segundo o agravante, afrontaria tal dispositivo legal. Salientou que já houve duas prorrogações anteriores, ambas já ao arrepio da lei, e que o adiamento até a realização da Assembleia Geral de Credores, como dito na decisão agravada, equivaleria a "admitir que o prazo fique *ad eternum*".

Idênticos reclamos foram manejados por Rauber Madeiras Ltda. e American Oil Distribuidora de Derivados de Petróleo Ltda., os quais foram autuados, respectivamente, sob os ns. 2010.077467-0 e 2010.073007-0.

Os pedidos de concessão de efeito suspensivo foram deferidos nos três agravos de instrumento em interlocutórios da lavra do Exmo. Sr. Des. Subst. Luiz Fernando Boller, decisórios esses que foram combatidos mediante agravos regimentais não conhecidos pela Câmara Civil Especial.

Os reclamos não foram contra-arrazoados.

Nos agravos de instrumento ns. 2010.077467-0 e 2010.073007-0, o administrador da empresa sob recuperação apresentou manifestação.

Os autos foram redistribuídos e vieram conclusos para julgamento.

VOTO

A conexão entre os agravos de instrumento ns. 2010.073008-7, 2010.077467-0 e 2010.073007-0 é evidente, uma vez que, muito embora interpostos por diferentes credores de Madepar - Indústria e Comércio de Madeiras Ltda., dirigem-se contra a mesma decisão interlocutória e com esboço em idênticas razões de fato e de direito.

Por conseguinte, passa-se à análise conjunta das respectivas razões recursais.

O Exmo. Sr. Des. Subst. Luiz Fernando Boller, ao apreciar o pedido de efeito suspensivo formulado nos três agravos, elucidou a *quaestio* com exemplar acuidade e respaldado em farta doutrina e jurisprudência, motivo pelo qual se adotam, na íntegra, como fundamento deste voto, as razões de decidir por ele invocadas:

Logo de início, há que se destacar o preceito contido no § 4º do art. 6º da Lei 11.101/2005, que assim estabelece:

Art. 6º - A decretação da falência ou o deferimento do processamento da recuperação judicial suspende o curso da prescrição e de todas as ações e execuções em face do devedor, inclusive aquelas dos credores particulares do sócio solidário. [...] § 4º - Na recuperação judicial, a suspensão de que trata o caput deste artigo em hipótese nenhuma excederá o prazo improrrogável de 180 (cento e oitenta) dias contado do deferimento do processamento da recuperação, restabelecendo-se, após o decurso do prazo, o direito dos credores de iniciar ou continuar suas ações e execuções, independentemente de pronunciamento judicial.

À luz de tal limitação legal, depreende-se não ser possível a prorrogação do prazo de suspensão assinalado, sob pena de afronta à expressa vedação instituída pelo legislador.

Entretanto, não se ignora que em determinadas circunstâncias tal determinação é analisada com complacência, por meio da aplicação do princípio da preservação da empresa.

In casu, revela-se compreensível o descontentamento e preocupação da [...], pois o referido prazo de suspensão já foi prorrogado em outras oportunidades, tendo como fundamento

justamente a continuidade da atividade empresarial, o que pode ensejar prejuízos financeiros não só à agravante, mas a todos os demais credores.

Sobre o assunto, discorre Fábio Ulhoa Coelho, *in verbis*:

Suspendem-se as execuções individuais contra o empresário individual ou sociedade empresária que requereu a recuperação judicial para que eles tenham fôlego necessário para atingir o objetivo pretendido da reorganização da empresa. A recuperação judicial não é execução concursal e, por isso, não se sobrepõe às execuções individuais em curso. A suspensão, aqui, tem fundamento diferente. Se as execuções continuassem, o devedor poderia ver frustrados os objetivos da recuperação judicial, em prejuízo, em última análise, da comunhão dos credores. Por isso, a lei fixa um prazo para a suspensão das execuções individuais operada pelo despacho de processamento da recuperação judicial: 180 dias. Se, durante esse prazo, alcança-se um plano de recuperação judicial, abrem-se duas alternativas: o crédito em execução individual teve suas condições de exigibilidade alterada ou mantidas. Nesse último caso, a execução individual prossegue (Comentários à nova lei de falências e de recuperação de empresas. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2005. p. 39).

Na mesma senda, extrai-se dos ensinamentos de José da Silva Pacheco, que a recuperação só tem sentido se: "*permitir o prosseguimento da atividade empresarial, com a manutenção do emprego de seus trabalhadores e atendimento dos credores, fornecedores e financiadores*" (Processo de recuperação judicial, extrajudicial e falência. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009. p. 144).

Ademais, denota-se que a tese alçada pela agravante se coaduna com entendimento firmado pelo Superior Tribunal de Justiça, senão vejamos:

COMERCIAL. AGRAVO NO CONFLITO POSITIVO DE COMPETÊNCIA. JUSTIÇA COMUM E DO TRABALHO. LEI 11.101/05. RECUPERAÇÃO JUDICIAL. SUSPENSÃO DE AÇÕES E EXECUÇÕES. PRAZO.

Superado o prazo de suspensão previsto no art. 6º, §§ 4º e 5º, da Lei nº 11.101/05, sem que tenha havido a aprovação do plano de recuperação, devem as ações e execuções individuais retomar o seu curso, até que seja aprovado o plano ou decretada a falência da empresa.

O legislador concatenou o período de suspensão de 180 dias com os demais prazos e procedimentos previstos no trâmite do próprio pedido de recuperação, que deve primar pela celeridade e efetividade, com vistas a evitar maiores prejuízos aos trabalhadores e à coletividade de credores, bem como à própria empresa devedora.

A função social da empresa exige sua preservação, mas não a todo custo. A sociedade empresária deve demonstrar ter meios de cumprir eficazmente tal função, gerando empregos, honrando seus compromissos e colaborando com o desenvolvimento da economia, tudo nos termos do art. 47 da Lei nº 11.101/05. Nesse contexto, a suspensão, por prazo indeterminado, de ações e execuções contra a empresa, antes de colaborar com a função social da empresa, significa manter trabalhadores e demais credores sem ação, o que, na maioria das vezes, terá efeito inverso, contribuindo apenas para o aumento do passivo que originou o pedido de recuperação.

Outrossim, uma vez aprovado o plano de recuperação, não se faz plausível a retomada das ações e execuções individuais após o decurso do prazo legal de 180 dias, pois nos termos do art. 59 da Lei nº 11.101/05, tal aprovação implica novação.

Em situações excepcionais, a serem oportunamente enfrentadas por esta Corte, a regra pode comportar exceções. Todavia, o temperamento banalizado e desmedido do prazo de suspensão

pode, desde já, importar retrocesso para o drama vivido na época das intermináveis concordatas, que o legislador procurou sepultar.

Agravo não provido. (AgRg no CC 110250 / DF. AGRAVO REGIMENTAL NO CONFLITO DE COMPETÊNCIA. 2010/0016441-3. Relator(a) Ministra NANCY ANDRIGHI (1118). Órgão Julgador S2 - SEGUNDA SEÇÃO. Data do Julgamento 08/09/2010. Data da Publicação/Fonte DJe 16/09/2010).

No mesmo sentido, extrai-se da jurisprudência dos Tribunais pátrios que:

Agravo. Recuperação judicial. Indeferimento do pedido de prorrogação do prazo de 180 dias previsto no § 4º, do art. 6º, da Lei nº 11.101/2005. Prazo improrrogável. Na recuperação judicial a suspensão do processamento das ações e execuções prevista no "caput" do art. 6º, "em nenhuma hipótese excederá o prazo improrrogável de 180 (cento e oitenta) dias contado do deferimento do processamento da recuperação, restabelecendo-se após o decurso do prazo, o direito dos credores de iniciar ou continuar suas ações e execuções, independentemente do pronunciamento judicial". Agravo improvido. (TJSP - Agravo de Instrumento: AG 990101241510 SP. Relator(a): Pereira Calças. Julgamento: 04/05/2010. Órgão Julgador: Câmara Reservada à Falência e Recuperação. Publicação: 20/05/2010).

E mais:

PROCESSUAL CIVIL - EXECUÇÃO - RECUPERAÇÃO JUDICIAL - SUSPENSÃO DO PROCESSO DE EXECUÇÃO - PRAZO DE 180 (CENTO E OITENTA) DIAS - PRORROGAÇÃO - IMPOSSIBILIDADE

- Conforme determina o preceito contido no § 4º do art. 6º da Lei 11.101/2005, o deferimento do pedido de processamento da recuperação judicial de sociedade limitada suspende, por apenas 180 (cento e oitenta) dias, todas as ações e execuções então propostas em desfavor do devedor, as quais, retomam seu curso, uma vez decorrido aquele prazo, que não comporta qualquer espécie de prorrogação, nem mesmo ante o manejo de recurso contra decisão que nega pedido de habilitação e correção do quadro de credores. (TJMG: 100790734210460011 MG 1.0079.07.342104-6/001(1) Resumo: Processual Civil - Execução - Recuperação Judicial - Suspensão do Processo de Execução - Prazo de 180 (cento e Oitenta) Dias - Prorrogação - Impossibilidade. Relator(a): Des. Guilherme Luciano Baeta Nunes - Relator (Assinatura do Presidente, conforme art. 82, VIII, do RITJ). Julgamento: 23/09/2008. Publicação: 07/10/2008).

Por fim:

AGRAVO DE INSTRUMENTO EXECUÇÃO FISCAL DE MULTA AMBIENTAL - PENHORA INCIDENTE SOBRE 5% DO FATURAMENTO DA EMPRESA - VIABILIDADE, DIANTE DA CONSTRIÇÃO DE BENS DE DIFÍCIL COMERCIALIZAÇÃO, RECUSADOS PELA EXEQUENTE, PORQUE DESATENDIAM A ORDEM LEGAL - INTERESSE PÚBLICO A SE SOBREPOR AO INTERESSE DO PARTICULAR, NA EXECUÇÃO DE MULTA APLICADA EM RAZÃO DA DEGRADAÇÃO DO MEIO AMBIENTE - AO LADO DO PRINCÍPIO DA MENOR ONEROSIDADE, HÁ DE SE LEVAR EM CONTA O INTERESSE DO CREDOR QUE, NA ESPÉCIE, SE CONFUNDE COM TODA A SOCIEDADE - AGRAVO DA EXECUTADA DESPROVIDO DO CURSO DAS EXECUÇÕES EM FACE DO DEVEDOR, TÃO-LOGO DEFERIDO O PROCESSAMENTO DA RECUPERAÇÃO JUDICIAL, O § 4º DE REFERIDA NORMA É EXPRESSO AO PREVER QUE "NA RECUPERAÇÃO JUDICIAL, A SUSPENSÃO DE QUE TRATA O CAPUT DESTE ARTIGO EM HIPÓTESE NENHUMA EXCEDERÁ O PRAZO IMPRORROGÁVEL DE

180 (CENTO E OITENTA) DIAS CONTADO DO DEFERIMENTO DO PROCESSAMENTO DA RECUPERAÇÃO, RESTABELECENDO-SE, APÓS O DECURSO DO PRAZO, O DIREITO DOS CREDORES DE INICIAR OU CONTINUAR SUAS AÇÕES E EXECUÇÕES" - ALÉM DISSO, O § 7º DA NORMA DISPÕE QUE "AS EXECUÇÕES DE NATUREZA FISCAL NÃO SÃO SUSPENSAS PELO DEFERIMENTO DA RECUPERAÇÃO JUDICIAL, RESSALVADA A CONCESSÃO DE PARCELAMENTO NOS TERMOS DO CÓDIGO TRIBUTÁRIO NACIONAL E DA LEGISLAÇÃO ORDINÁRIA ESPECÍFICA" -AGRAVO DA EXECUTADA DESPROVIDO (Agravado de Instrumento 990104206286. Relator(a): Renato Nalini. Comarca: Regente Feijó. Órgão julgador: Câmara Reservada ao Meio Ambiente. Data do julgamento: 04/11/2010. Data de registro: 12/11/2010) (grifos do original).

Com efeito, no processo de recuperação judicial de Madepar - Indústria e Comércio de Madeiras Ltda., o prazo de suspensão das execuções e protestos contra ela movidos já havia, em duas oportunidades, sido prorrogado, e um terceiro adiamento, mormente se estipulado termo final incerto - a data da realização da Assembleia Geral de Credores -, importaria em afronta ao § 4º do art. 6º da Lei 11.101/2005.

Esse dispositivo legal, aliás, é peculiarmente enfático, quiçá até redundante, ao estabelecer que "em hipótese nenhuma" o prazo "improrrogável" de 180 (cento e oitenta) dias poderia vir a ser extrapolado.

A *ratio legis*, nas palavras da Exma. Sra. Min.^a Nancy Andrigli, é evitar um "retrocesso para o drama vivido na época das intermináveis concordatas, que o legislador procurou sepultar"(AgRg no CC n. 110250/DF, j. 8-9-2010).

Portanto, há que se dar provimento aos reclamos para indeferir o pedido de prorrogação do prazo de suspensão da recuperação judicial.

DECISÃO

Ante o exposto, à unanimidade, decidiu a Segunda Câmara de Direito Comercial conhecer dos recursos e dar-lhes provimento para indeferir o pedido de prorrogação do prazo de suspensão da recuperação judicial.

O julgamento foi realizado nesta data e dele participaram a Exma. Sra. Des.^a Rejane Andersen e o Exmo. Sr. Des. Subst. Robson Luz Varela.

Florianópolis, 25 de julho de 2011

Jorge Luiz de Borba

PRESIDENTE E Relator

Anexo E – Apelação Cível nº 2007.047053-8, de Garopaba
Relator designado: Des. Sérgio Izidoro Heil

Apelação Cível n. , de Garopaba

Relator designado: Des. Sérgio Izidoro Heil

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. JULGAMENTO ANTECIPADO DA LIDE. CERCEAMENTO DE DEFESA NÃO CARACTERIZADO. INTELIGÊNCIA DO ART. 330, I, DO CPC .ALEGAÇÃO DE QUE O DERRAME CEREBRAL E O INFARTO DO MIOCÁRDIO SOFRIDOS PELO AUTOR FORAM PROVOCADOS EXCLUSIVAMENTE PELO CONSUMO DE CIGARROS FABRICADOS PELA SOUZA CRUZ S/A. FATOS ANTERIORES À VIGÊNCIA DO CDC. APLICABILIDADE DO CC/1916. INEXISTÊNCIA DE INFRAÇÃO A DEVER LEGAL DA APELADA. EXERCÍCIO REGULAR DE DIREITO. NORMA DO ART. 160 DO CC/1916.PUBLICIDADE ENGANOSA NÃO CONFIGURADA. IMPROCEDÊNCIA MANTIDA. RECURSO DESPROVIDO.

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível n. , da comarca de Garopaba (Vara Única), em que é apelante Eri Sebastião Fernandes, e apelada Souza Cruz S/A:

ACORDAM, em Segunda Câmara de Direito Civil, por maioria de votos, conhecer do recurso, afastar a preliminar e negar-lhe provimento. Custas legais.

RELATÓRIO

Trata-se de recurso de apelação interposto por Eri Sebastião Fernandes contra sentença proferida pela Juíza de Direito da comarca de Garopaba que, nos autos da ação de reparação de danos n. 167.04.000128-3, ajuizada contra Souza Cruz S/A, julgou improcedente o pedido, condenando o autor ao pagamento das custas processuais e honorários advocatícios, estes arbitrados em 10% (dez por cento) sobre o valor atualizado da causa, suspensa a cobrança em face do benefício da justiça gratuita (fls. 965/971).

Aduz, em suma, que foi levado ao uso do cigarro Hollywood em razão das propagandas à época realizadas; passou a consumir cigarros aos treze anos de idade; houve cerceamento de defesa, pois não lhe foi oportunizada a produção de provas para demonstrar que utilizava a aludida marca de cigarros, tampouco perícia médica; há nos autos atestados médicos que demonstram a ocorrência de derrame cerebral e infarto do miocárdio que vitimaram o recorrente.

Ao final, pugna pelo total provimento ao recurso.

Contra-arrazoado (fls. 996/1019), os autos ascenderam a esta Corte de Justiça.

VOTO

Insurge-se o apelante contra decisão que julgou improcedente ação aforada em face da Souza Cruz S/A, objetivando o ressarcimento de danos morais e materiais em face de ter sofrido derrame cerebral e infarto do miocárdio, ambos supostamente provocados pelo consumo contínuo de cigarros.

Inicialmente, cabe a análise da preliminar de cerceamento de defesa diante do julgamento antecipado da lide, ao argumento de que o autor foi impossibilitado de produzir prova testemunhal e perícia médica.

No entanto, na hipótese em exame, tenho que a ação encontra-se devidamente instruída, o que possibilita o julgamento antecipado da lide, de acordo com o artigo 330, inciso I, do Código de Processo Civil.

Em nada esclareceria a ouvida de testemunhas, tampouco a pretendida produção de prova pericial, dado que tais elementos não seriam aptos a demonstrar que a saúde do autor restou fragilizada em razão do consumo de cigarros fabricados somente pela Souza Cruz S/A.

Ainda que os problemas de saúde do apelante decorressem exclusivamente do consumo de cigarros, impossível seria a comprovação de que ele consumiu, durante toda a sua vida, exclusivamente produtos da marca "Hollywood", como alega. Inviável estabelecer um liame entre a conduta da ré e o suposto dano suportado pelo autor. Por tal motivo, repito, não vislumbro a possibilidade de eventual perícia médica favorável ao pedido do autor ter o condão de modificar o deslinde da demanda.

Cumprе lembrar que as partes devem objetivar a solução rápida do conflito e não formular defesa que sabem ser destituída de fundamento.

Nesse norte, tem decidido o Superior Tribunal de Justiça:

A necessidade da produção de prova em audiência há de ficar evidenciada para que o julgamento antecipado da lide implique cerceamento de defesa. A antecipação é legítima se os aspectos decisivos da causa estão suficientemente líquidos para embasar o convencimento do magistrado (RE n. 101.171/SP - rel. Min. Francisco Rezek - RTJ 115/789).

No mesmo sentido:

Presentes as condições que ensejam o julgamento antecipado da causa, é dever do juiz, e não mera faculdade, assim proceder (REsp n. 2832/RJ - rel. Min. Sálvio de Figueiredo Teixeira - 14.08.90).

Assim, não merece acolhida a preliminar argüida, passando-se ao exame do mérito da insurgência recursal.

Sabe-se que a responsabilidade civil do fornecedor de produtos, antes da vigência do Código de Defesa do Consumidor, era regida pelo Código Civil de 1916, o qual exigia a demonstração de culpa para a efetiva responsabilização acerca do dano, como determinava o art. 159.

No entanto, após a entrada em vigor da Lei n. 8.078/90, a responsabilidade que envolve as relações de consumo tornou-se objetiva, dispensando-se a existência de culpa para a sua configuração diante do dano causado ao consumidor (art. 12, CDC).

No caso em tela, não existe contrato efetivado entre as partes, motivo pelo qual a identificação da conduta culposa da apelada deve ser limitada à hipótese de infração a um dever legal.

Assim, para que a apelada seja responsabilizada, além da comprovação da existência do dano, é indispensável a demonstração do nexo de causalidade entre este e a infração ao dever legal.

Ensina Sálvio Rodrigues:

Para que surja a obrigação de reparar, mister se faz prova da existência de uma relação de causalidade entre a ação ou omissão culposa do agente e o dano experimentado pela vítima.

Se a vítima experimentar um dano, mas não se evidenciar que o mesmo resultou do comportamento ou da atitude do réu, o pedido de indenização, formulado por aquela, deverá ser julgado improcedente (Direito Civil: Responsabilidade Civil, v. 4, São Paulo: Saraiva, 1986, p. 18).

Ocorre que a atividade comercial exercida pela apelada não constitui qualquer ilegalidade. No período anterior à Portaria n. 190 do Ministério da Saúde, publicada no Diário Oficial em 25.08.1988, não havia qualquer imposição legal quanto ao dever de veicular comunicado de advertência nas embalagens dos cigarros, tampouco de prestar informações sobre os riscos que eles causavam à saúde dos consumidores.

O comércio de cigarros sempre foi considerado lícito, bem como não havia qualquer norma anterior a 25.08.1988 que determinasse a divulgação de informações a respeito dos males que o produto provoca, não havendo como reconhecer qualquer responsabilidade da apelada relativamente aos fatos ocorridos sob o comando do Código Civil de 1916, pois a empresa, em todo tempo, agiu de acordo com o exercício regular de um direito reconhecido (art. 160, CC/1916) e em atendimento ao princípio da boa-fé.

É sabido, de outro lado, que as propagandas possuem caráter fantasioso, absolutamente legítimo para atrair a atenção dos consumidores, pois a pretensão principal do comerciante é a de que seu produto atinja o maior número de vendas possível. Tal fato, por si só, não caracteriza a propaganda enganosa, dado que os males provocados pelo cigarro há muito são conhecidos e divulgados.

não havendo como imputar à apelada a responsabilidade pela realização da sua publicidade, pois

Não pode a recorrida ser responsabilizada por comercializar e publicar produto que, embora cause danos à saúde (fato de conhecimento público), possui lícita colocação no mercado (art. 12, § 3º, II, do CDC).

O autor iniciou o consumo de cigarros por livre e espontânea vontade, o que caracteriza a sua culpa exclusiva (art. 12 § 3º, III, CDC), ou, ainda, de seus pais (se começou a fumar quando era menor).

Colhe-se da jurisprudência deste egrégio Tribunal:

APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO INDENIZATÓRIA - DANOS MORAIS - INDENIZAÇÃO POR MORTE - TABAGISMO - SENTENÇA DE IMPROCEDÊNCIA - PRELIMINAR - JULGAMENTO ANTECIPADO DA LIDE - DESNECESSIDADE DA PRODUÇÃO DE PROVAS TESTEMUNHAL E PERICIAL INDIRETA - NULIDADE POR CERCEAMENTO DE DEFESA NÃO CARACTERIZADA - DEVER DE VELAR PELA RÁPIDA SOLUÇÃO DO LITÍGIO - ARTIGO 125, INCISO II, DO CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL - ATO ILÍCITO COMO FATO GERADOR DA RESPONSABILIDADE AQUILIANA - FABRICAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE CIGARROS - ATIVIDADE LÍCITA - PRODUTO POTENCIALMENTE NOCIVO À SAÚDE DO CONSUMIDOR - COMERCIALIZAÇÃO ACOMPANHADA DE INFORMAÇÕES OSTENSIVAS E ADEQUADAS A RESPEITO DE SUA NOCIVIDADE - ARTIGO 9º DA LEI N. 8.078/1990 - PERICULOSIDADE INERENTE AO CIGARRO - NÃO CARACTERIZAÇÃO DE DEFEITO DO PRODUTO - TEORIA DOS RISCOS DE DESENVOLVIMENTO - PUFFING (EXAGERO PUBLICITÁRIO) - PROPAGANDA ENGANOSA NÃO CARACTERIZADA - INEXISTÊNCIA DE TRANSGRESSÃO DE DEVER DE CONDUTA POR PARTE DA FABRICANTE DE CIGARROS - ATO ILÍCITO NÃO CARACTERIZADO - MULTIPLICIDADE DE FATORES QUE LEVAM AO HÁBITO DE

FUMAR - DE CUJUS QUE FOI ORIENTADO POR PROFISSIONAIS A PARAR DE FUMAR - VONTADE PRÓPRIA - RECURSO IMPROVIDO.

Antes da edição da Portaria n. 490, de 25 de agosto de 1988, do Ministério da Saúde - que impôs aos fabricantes o dever de inserir nos maços de cigarros a advertência por todos conhecida: "O Ministério da Saúde adverte: fumar é prejudicial à saúde" -, não havia norma legal que impusesse aos fabricantes de produtos fumíferos a obrigação de veicular cláusula de advertência sobre os riscos decorrentes do consumo de cigarros. Desse modo, antes da edição da aludida portaria, a falta de alerta a respeito desses riscos não constituía infringência de nenhum dever legal, já que não havia norma que assim impusesse.

A responsabilização da apelada com fulcro no Código de Defesa do Consumidor não se faz possível também porque não se evidencia defeito do produto (nem mesmo por falta de informação) ou a veiculação de publicidade enganosa (comissiva ou omissiva). A periculosidade do cigarro é aquele que legitimamente se espera e a respeito da qual o consumidor é ostensivamente alertado. É a chamada periculosidade inerente, que é indissociável do produto e que não se confunde com a periculosidade adquirida.

É bastante improvável que os elementos fantasiosos (hoje vedados) existentes na publicidade de cigarros servissem como determinante ao consumo. O chamado puffing (exagero publicitário), que nas campanhas de cigarros traduzia-se em belas imagens, na sugestão de êxito pessoal e bem-estar, eram de absoluta e inofensiva vagueza e não se constituíam em publicidade capaz de induzir em erro o consumidor.

Diante da multiplicidade de fatores que levam ao fumo, é de todo improvável que o de cujus tenha iniciado o consumo de cigarros exclusivamente por conta de anúncios publicitários que assistiu ou com os quais tenha tido contato por qualquer outra forma. Não se pode dizer que foram justamente as propagandas de cigarro veiculadas pela apelada as eventualmente responsáveis pela iniciação do falecido no hábito de fumar. Concessa venia, quem começa a fumar o faz por vontade própria e a manutenção do hábito é fruto dessa mesma vontade. (AC n. ,de Criciúma, rel. Des. Subst. Jaime Luiz Vicari, j. 09/09/09).

Desta feita, ausentes os requisitos para o reconhecimento da responsabilidade civil da recorrida, a decisão objurgada merece ser mantida.

Ante o exposto, voto pelo conhecimento do apelo para rejeitar e preliminar e, no mérito, negar-lhe provimento.

DECISÃO

Nos termos do voto do relator, a Câmara, por maioria de votos, conheceu do recurso, afastou a preliminar, e negou-lhe provimento. Vencido o Des. Nelson Schaefer Martins, que votou no sentido de conhecer do recurso e dar-lhe provimento.

O julgamento, realizado nesta data, foi presidido pelo Exmo. Sr. Des. Nelson Schaefer Martins, com voto, e dele participou o Exmo. Sr. Des. Luiz Carlos Freyesleben.

Florianópolis, 7 de abril de 2011

Sérgio Izidoro Heil

relator

Declaração de voto vencido do Exmo. Sr. Des. Nelson Schaefer Martins

Ementa Aditiva

AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS. AUTOR QUE ALEGA TER INICIADO O SEU HÁBITO DE FUMAROS 13 (TREZE) ANOS DE IDADE. TABAGISMO. VÍCIO QUE TERIA OCASIONADO-LHE GRAVES PROBLEMAS DE SAÚDE, A SABER: DERRAME CEREBRAL E INFARTO DO MIOCÁRDIO. PRELIMINAR DE CERCEAMENTO DE PROVA TESTEMUNHAL E PERICIAL. VOTO VENCIDO NO SENTIDO DA NECESSIDADE DE DILAÇÃO PROBATÓRIA. CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL, ARTS. 130 E 131. PRINCÍPIOS DA PERSUASÃO RACIONAL E DO LIVRE CONVENCIMENTO MOTIVADO. BUSCA DA VERDADE REAL E DA EFETIVIDADE DA PRESTAÇÃO JURISDICIONAL.

Eri Sebastião Fernandes interpôs apelação cível contra a sentença da lavra da Juíza de Direito Dra. Eliane Alfredo Cardoso Luiz, da comarca de Garopaba, que, em ação de indenização por danos materiais e morais, julgou improcedente o pedido e condenou-o ao pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios, estes fixados em 10% sobre o valor da causa, ressalvado o disposto na Lei n.1.060/1950.

O apelante, suscitou a preliminar de cerceamento de defesa ante o julgamento antecipado da lide. Alegou, em síntese, que: a) o autor teria sido induzido pela ré ao consumo de cigarro desde os 13 (treze) anos de idade pelo fato da propaganda do produto estar associada à fama, ao esporte, a mulheres e ao lazer; b) a prova testemunhal seria necessária para comprovar o nexo de causalidade entre o consumo da marca de cigarros Hollywood e a doença que o vitimou, bem como perícia médica para a demonstração de suas enfermidades; c) o autor seria consumidor apenas da marca de cigarros Hollywood e por isto fazia-se necessária a colheita de prova testemunhal; d) o art. 12, § 3º, do Código de Defesa do Consumidor teria sido contrariado; e) os documentos médicos comprovariam a ocorrência do derrame cerebral e do infarto no miocárdio.

Foram apresentadas contrarrazões (fls. 996/1.019) e os autos ascenderam a esta Corte Estadual de Justiça.

A douta maioria votou no sentido de negar provimento ao recurso.

Votei vencido conforme os argumentos adiante expostos.

O apelante insistiu na tese de que a demanda não poderia ter sido julgada antecipadamente a teor do disposto no art. 330, inc. I, do Código de Processo Civil, pois seria necessária a produção de prova testemunhal e perícia médica, por meio das quais seriam demonstrados o nexo causal entre o consumo prolongado de cigarros da marca Hollywood e as doenças que o acometem.

A magistrada de primeiro grau julgou improcedente o pedido e condenou-o ao pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios, estes fixados em 10% sobre o valor da causa, ressalvado o disposto na Lei n.1.060/1950.

Todavia, tem-se que seria indispensável a realização de prova testemunhal e pericial no caso concreto para a averiguação acerca da pertinência das alegações do autor no sentido de que fora induzido pela ré ao consumo de cigarro desde tenra idade.

Na condição de destinatário da prova, cabe ao juiz decidir se os elementos dos autos bastam para a formação de seu convencimento, cabendo-lhe, inclusive, nos termos do art. 130 do Código de Processo Civil, determinar a produção de provas que entender necessárias ou indeferir as que considerar inúteis ou protelatórias.

Neste sentido anota LUIZ GUILHERME MARINONI E SÉRGIO CRUZ ARENHART, em *Manual do Processo de Conhecimento: a tutela jurisdicional através do processo de conhecimento*. 1. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001, p. 301:

Como se vê, o juiz tem o poder - de acordo com o sistema do Código de Processo Civil brasileiro -, quando os fatos ainda não lhe parecem esclarecidos, de determinar prova de ofício, independentemente de requerimento da parte, ou desta já ter perdido a oportunidade processual para tanto.

O juiz, portanto, tem o dever de esclarecer o fato, aplicando o art. 130 do CPC, e só após julgar com base na regra do ônus da prova.

Se o juiz tem o dever de esclarecer o fato, julgando o mais próximo possível daquilo que realmente ocorreu, não há como se negar a possibilidade de o juiz determinar a prova de ofício, somente após julgando com apoio na referida regra do ônus da prova. Essa solução, muito comum nos tribunais, funda-se na premissa de que o magistrado que determina a produção de provas assume a verdadeira posição, que dele é esperada, para que o processo possa realmente ser efetivo.

O princípio da persuasão racional do juiz, revelado no art. 131 do Código de Processo Civil, atribui ao magistrado poderes de livre apreciação e avaliação das provas. O julgador não está desvinculado dos elementos de prova existentes nos autos como tampouco sua decisão depende de critérios legais pré-determinados. Porém, deve avaliá-las segundo critérios críticos e racionais, com observância das regras lógicas e máximas de experiência comum. O convencimento deve ser motivado, com indicação das razões e circunstâncias que conduziram à convicção acerca dos fatos alegados e provados.

OVÍDIO A. BAPTISTA DA SILVA e FÁBIO LUIZ GOMES em *Teoria geral do processo civil*, São Paulo: Revista dos Tribunais, 1997, lecionam:

Os sistemas probatórios modernos não seguem, como princípio prevalente, nenhum dos sistemas anteriormente descritos, nem o sistema de prova legal e nem o seu oposto, o sistema do livre convencimento, e, sim, como diz Furno (op. cit., p. 160) um sistema misto, que aproveita ao mesmo tempo elementos dos outros sistemas. A este sistema intermediário dá-se o nome de sistema da persuasão racional (Op. cit. p. 299).

Em verdade, segundo o sistema da persuasão racional, é a faculdade de iniciativa probatória que se reconhece com bastante largueza ao Juiz, nos sistemas modernos. Se o Juiz deve formar sua convicção livremente, cabendo-lhe, porém, motivar seu convencimento, que há de estar, como é óbvio, fundado na prova constante dos autos, é natural que se lhe dê condições de trazer para o processo as provas de que ele necessite, mesmo que as partes não a tenham proposto (Op. cit. p. 300).

A propósito, colaciona-se precedente deste egrégio Tribunal de Justiça em Apelação Cível n. , de Urussanga, rel. Des. Eládio Torret Rocha, Quarta Câmara de Direito Civil, j. 15.05.2008:

RESPONSABILIDADE CIVIL. CONSUMIDOR DE CIGARROS. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS AJUIZADA EM RAZÃO DO DESENVOLVIMENTO DE CÂNCER DE PULMÃO. RESPONSABILIDADE DAS INDÚSTRIAS FUMAGEIRAS. FALECIMENTO DA AUTORA NO DECORRER DO PROCESSO. HABILITAÇÃO DO SEU ÚNICO HERDEIRO. DESIGNAÇÃO DE AUDIÊNCIA DE CONCILIAÇÃO. AUSÊNCIA DO HABILITADO, PORÉM, COM RENOVAÇÃO ESCRITA DE PEDIDO DE PRODUÇÃO PROBATÓRIA. JULGAMENTO ANTECIPADO. CONDUTA DO JULGADOR INCOMPATÍVEL COM AS QUESTÕES

FÁTICAS DA CAUSA. INCLUSÃO DE TEMA ATÉ ENTÃO ALHEIO AO EMBATE PROCESSUAL. CAUSAÇÃO DE SURPRESA ÀS PARTES. DESCONSIDERAÇÃO DOS INUMEROS PLEITOS DE PROVAS OPORTUNAMENTE REALIZADOS. CONFIGURAÇÃO DE CERCEAMENTO DE DEFESA. OFENSA AO CONTRADITÓRIO SUBSTANCIAL. INOBSERVÂNCIA DO PRINCÍPIO DA COOPERAÇÃO. RECURSO PROVIDO.

O sistema processual não permite prognósticos do magistrado acerca da consequência da atividade probatória, uma vez presentes os atributos da pertinência, da relevância e da controvérsia. Deve-se aguardar, logicamente, a efetiva instrução do processo para, aí então, proceder-se a juízos sobre os seus resultados.

O princípio do contraditório, além de fundamentalmente constituir-se em manifestação do princípio do estado de direito, possui estreita correlação com o postulado da igualdade das partes e o direito de ação, pois o [texto constitucional](#) buscou indicar que tanto o direito de ação quanto o direito de defesa são manifestações do princípio do contraditório.

A parte tem o direito de alegar e provar o que alega. Claro que, por conta da incidência do princípio dispositivo no âmbito do processo civil, pode ela optar por restringir o alegado e o que se pretende provar, mas uma vez escolhida a defesa plena de seus interesses, tem o direito de fazê-lo com a máxima liberdade.

O Estado, por seu turno, tem o dever de respeitar e garantir o exercício deste específico direito fundamental (até mesmo para que se possa legitimar como Estado), especialmente se se tratar de processo judicial, o qual só ganha contornos de legitimidade quando assegura ao cidadão o direito de dele participar efetivamente, influenciando concretamente na decisão que atingirá sua esfera de interesses

Portanto, os princípios da persuasão racional e do livre convencimento motivado permitem ao magistrado ampla dilação probatória para formação segura de sua convicção. Registre-se que o entendimento do magistrado deve ser pautado pela busca da verdade real e da efetividade da prestação jurisdicional.

Neste sentido, em obra da autoria do signatário, *Poderes do juiz no processo civil*, São Paulo: Dialética, 2004, p. 193, anotou-se:

Evidencia-se a tendência dos órgãos jurisdicionais e em última instância do Estado no sentido de superar a verdade formal e almejar a verdade real face a publicização do processo e a verificação de seus escopos jurídicos, políticos e sociais. O uso mais intenso das faculdades instrutórias por parte do juiz revela o interesse do Estado no sentido de demonstrar a veracidade dos fatos alegados.

Deste modo, no caso concreto, reconhece-se a indispensabilidade da realização da instrução probatória para a formação segura do convencimento acerca das alegações do autor, nos termos dos arts. [130](#) e [131](#), do [Código de Processo Civil](#).

Isto posto, votei no sentido de conhecer do recurso e dar-lhe provimento para acolher a preliminar de cerceamento de defesa, cassar a sentença e determinar a realização da instrução probatória pretendida.

Des. Nelson Schaefer Martins

Anexo F – Apelação Cível nº 97107, Natal/RN

Processo:

Julgamento: 16/11/2010 Órgão Julgador: 2ª Câmara Cível Classe: Apelação Cível

Apelação Cível Nº - Natal/14ª Vara Cível

Apelante : Demildo de França

Advogado : José Martins Veras Júnior

Apelado : Souza Cruz S/A

Advogada : Cláudia Marluce Nelson da Rocha Rosado

Apelado: Philip Moris S/A

Advogados: Patrícia Andréa Bora e outros

Relator: Desembargador Aderson Silvino

EMENTA: CIVIL, CONSUMIDOR E PROCESSUAL CIVIL. APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS À VIDA E A SAÚDE. PRELIMINAR DE NULIDADE DA SENTENÇA SUSCITADA PELO APELANTE. TRANSFERÊNCIA PARA O MÉRITO. PRELIMINAR DE AGRAVO RETIDO SUSCITADA PELA APELADA SOUZA CRUZ S/A. REJEIÇÃO. MÉRITO. DECISUM ORIGINÁRIO DEVIDAMENTE FUNDAMENTADO. MALEFÍCIOS À SAÚDE CAUSADOS PELO HÁBITO DE FUMAR CIGARROS. ALEGADA RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS FABRICANTES DO PRODUTO. PROPAGANDA ENGANOSA. OMISSÃO POR NÃO INFORMAR ACERCA DOS DANOS PROVOCADOS PELO FUMO. AUSÊNCIA DE NEXO DE CAUSALIDADE. RESPONSABILIDADE CIVIL NÃO CONFIGURADA. HÁBITO DE FUMAR. LIVRE ARBÍTRIO. EXERCÍCIO DE VONTADE PRÓPRIA. MANUTENÇÃO DA SENTENÇA DE 1º GRAU. PRECEDENTES JURISPRUDENCIAIS DO STJ E DESTA CORTE DE JUSTIÇA. CONHECIMENTO E DESPROVIMENTO DA APELAÇÃO CÍVEL.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível Nº , da Comarca de Natal, em que são partes as acima identificadas.

Acordam os Desembargadores da 2ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Norte, em sessão, à unanimidade de votos, em transferir para o mérito a preliminar de nulidade do julgado suscitada pelo Apelante, bem como em rejeitar a preliminar de Agravo Retido suscitada pela Apelada Souza Cruz S/A. E no mérito, em conhecer da Apelação Cível e negar-lhe provimento, nos termos do voto do Relator.

RELATÓRIO

Trata-se de Apelação Cível interposta por Demildo de França em face de sentença proferida pelo MM Juiz da Comarca de Natal/14ª Vara Cível, nos autos da Ação de Indenização em desfavor de Souza Cruz S/A e PHILIP MORIS S/A, na qual julgou improcedente o pleito

autoral.

Irresignado com a decisão, interpôs Apelo o demandante suscitando a nulidade da sentença por ausência de sua fundamentação já que negou vigência aos artigos contidos em lei federal que amparam o seu direito.

No mérito, sustenta em apertada síntese que restou caracterizado o nexo de causalidade a ensejar a procedência do pleito, requerendo nova valoração das provas trazidas à baila, com a conseqüente reforma da decisão monocrática, julgando-se procedente o pedido indenizatório constante da exordial.

Prequestiona, por sua vez, vários dispositivos legais, a saber: arts. 186, 187, 927, 931 do CC; arts. 6º, I, II, III, IV, VI, VII e VIII, 8º, 9º, 10, 12, 14, 37, § 1º, § 2º, 38 do CDC; arts. 125, I, II e III, 128, 158, 185, 332, 333, 356, 364, 396, 397, 400, 407, 420, 421, 435, 437, 458, 460 do CPC.

Ao final pugna pelo conhecimento e provimento do recurso.

Contrarrazões apresentadas pela SOUZA CRUZ S/A às fls. 2001/2033, rebatendo os argumentos contidos nas razões, bem como reiterando o agravo retido interposto às fls., arguindo a prescrição da pretensão autoral.

Pugna, por fim, pela negativa de provimento ao recurso interposto para manter intacta a sentença de 1º grau nestes termos,

De igual modo, a Philip Morris Brasil Indústria e Comércio Ltda, contra-razoou enfatizando que a Apelação formulada pela autora não pode nem ser admitida, vez que não se contrapõe aos termos da decisão, fato primordial para seu conhecimento. No mérito, rebate os demais argumentos suscitados, pugnando pela manutenção da sentença em sua integralidade.

Instada a se pronunciar a Douta Procuradoria de Justiça deixou de emitir parecer por entender ausente o interesse público que justifique a sua atuação.

É o que importa relatar.

PRELIMINAR DE NULIDADE DO JULGADO SUSCITADA PELO APELANTE

Suscita o Apelante, preliminar de nulidade da sentença, afirmando a ausência de sua fundamentação já que a referida negou vigência aos artigos contidos em lei federal que amparam o seu direito.

Analisando a presente preliminar, observo que a matéria diz respeito ao próprio mérito da demanda, eis que o escopo da mesma com ele confunde-se.

A matéria preambular, em sede recursal, deve referir-se apenas aos pressupostos de admissibilidade da insatisfação, tais como intempestividade, preparo ou interesse recursal, não havendo vinculação com as falhas inerentes ao ato de primeiro grau vergastado.

Destarte, a pretensão externada pela apelante não pode ser reconhecida como matéria preliminar, pois se trata de uma das espécies de equívocos possíveis de serem cometidos quando do julgamento *a quo* (error in procedendo), não tendo qualquer relação com a adequação processual do recurso.

Assim, transfiro para o mérito a referida matéria, tendo em vista confundir-se com a questão de fundo a ser analisada no presente Apelo.

PRELIMINAR DE AGRAVO RETIDO SUSCITADA PELA APELADA SOUZA CRUZ S/A

Antes de passarmos à apreciação da Apelação Cível, impõe-se o julgamento preambular do Agravo Retido interposto por Souza Cruz S/A , como expressamente requerido em suas contrarrazões.

Argumenta para tanto em prol de sua irresignação que deve ser aplicada ao caso em espécie, a regra do art. 27 do CDC (prescrição quinquenal), levando em consideração a data que teve conhecimento da doença, na qual atribui ao consumo de cigarros (2003) e a data de ajuizamento da ação (2009). In casu, o prazo prescricional previsto na Lei n.º 8.078/90 deve ser afastado, já que a pretensão indenizatória tem como fundamento a responsabilidade civil.

Nesse contexto, a incidência das regras consumeristas deve ser obstada quando resultar em prejuízo ao consumidor, como é o caso.

Assim, já se pronunciou o STJ, em julgado recente:

CONSUMIDOR E CIVIL. ART. 7º DO CDC. APLICAÇÃO DA LEI MAIS FAVORÁVEL. DIÁLOGO DE FONTES. RELATIVIZAÇÃO DO PRINCÍPIO DA ESPECIALIDADE.

RESPONSABILIDADE CIVIL. TABAGISMO. RELAÇÃO DE CONSUMO. AÇÃO INDENIZATÓRIA. PRESCRIÇÃO. PRAZO.

- O mandamento constitucional de proteção do consumidor deve ser cumprido por todo o sistema jurídico, em diálogo de fontes, e não somente por intermédio do CDC.

- Assim, e nos termos do art. 7º do CDC, sempre que uma lei garantir algum direito para o consumidor, ela poderá se somar ao microsistema do CDC, incorporando-se na tutela especial e tendo a mesma preferência no trato da relação de consumo.

- Diante disso, conclui-se pela inaplicabilidade do prazo prescricional do art. 27 do CDC à hipótese dos autos, devendo incidir a prescrição vintenária do art. 177 do CC/16, por ser mais favorável ao consumidor.

- Recente decisão da 2ª Seção, porém, pacificou o entendimento quanto à incidência na espécie do prazo prescricional de 05 anos previsto no art. 27 do CDC, que deve prevalecer, com a ressalva do entendimento pessoal da Relatora.

Recursos especiais providos .

(REsp 1009591/RS, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 13/04/2010, DJe 23/08/2010). (grifos acrescidos)

Razão pela qual rejeito a preliminar em comento.

VOTO-MÉRITO

Cinge-se o cerne da controvérsia em averiguar a responsabilidade civil em face de produto fabricado e comercializado pelas empresas Apeladas, que teria supostamente causado malefícios à saúde do Apelante (câncer de laringe).

Em que pese toda argumentação tecida pelo demandante, entendo carecer de reforma o *decisum* de Primeiro Grau aqui hostilizado, pelas razões de fato e de direito adiante descritas.

Decerto que cabe ao juiz, ao proferir sua decisão, analisar as provas constantes dos autos e, diante desse conjunto probatório, realizar o julgamento da lide, fundamentando seu entendimento.

Entretanto, o Juiz não está obrigado a responder todas as alegações das partes quando já possui elementos suficientes a embasar sua decisão.

Nesse pórtico, a insurgência do apelante para que seja decretada a nulidade do julgamento de 1º grau, diante da alegação de que não há correlação lógica entre os pedidos constantes da petição inicial e da decisão proferida, esbarra nos próprios fatos ora articulados, tendo em vista serem os tais carecedores de razão, pois se observa que a mesma aponta argumentos de forma aleatória, objetivando desconstituir a decisão que escorreitamente analisou tudo quanto trazido ao cerne, concluindo pela inexistência do nexo de causalidade a ensejar a responsabilidade objetiva das apeladas, fabricante dos cigarros consumidos de livre e espontânea vontade pela demandante, entendendo desse modo não ser acolhida a nulidade suscitada nas presentes razões.

Além disso, não há que se confundir decisão sucinta com ausência de fundamentação, pois, no caso presente o Magistrado *a quo* vislumbrou os requisitos necessários à apreciação da lide com a devida suficiência para o seu julgamento.

De acordo com o entendimento do Superior Tribunal de Justiça, sentença sucinta não é sentença que careça de fundamentação. Colaciono o seguinte julgado do STJ a respeito deste tema:

"SENTENÇA -Inexistência de nulidade, com base em falta de fundamentação, se esta se acha presente, ainda que bastante sucinta. Depositário judicial. Infidelidade. Irrelevância, para afastar a prisão, da alegação de carência econômica".

(STJ -RHC 9923 -RS -3ª T. -Rel. Min. Eduardo Ribeiro -DJU 28.08.2000 -p. 00070).

Como se vê, a decisão atende ao pressuposto encartado no Art. 93, IX da Constituição Federal, não podendo se falar em sentença genérica, desprovida de motivação, posto que a decisão atacada foi prolatada dentro do pedido especificado na demanda, levando-se em consideração os fatos narrados pelas partes, como também as provas carreadas aos autos, dando ao fato concreto a sua definição jurídica, embora de forma sucinta.

Ademais, incorre ausência de fundamentação da decisão quando o julgador expõe os motivos de seu convencimento e possibilita à parte prejudicada exercer seu direito de defesa.

Quanto ao pedido de inadmissibilidade do recurso de Apelo formulado nas contrarrazões produzidas pela apelada Philip Morris Brasil Indústria e Comércio Ltda, entendo que as razões ofertadas pela autora/apelante preenchem os requisitos para seu conhecimento.

Tecidas tais considerações, passo a analisar o mérito propriamente dito.

Nesse contexto, percebo que a relação havida entre as partes pode ser considerada como de consumo. Entretanto, ao se observar a idade atual do apelante e a idade em que o mesmo deu início ao status de fumante, restou claro que à época em que se deu o início do hábito de fumar, não havia legislação específica, de modo que a responsabilidade civil do fornecedor de produtos era disciplinada no Art. 159 do Código Civil de 1916.

Com relação ao tema, há de se proclamar, desde logo, a licitude da atividade das apeladas, no que diz respeito à fabricação e comercialização de cigarros, tendo em vista que autorizada, disciplinada e fiscalizada pelo Poder Público. Não há, pois, nesse prisma, ato

ilícito que sirva como fundamento à pretensão de incidência do Art. 159, do velho Código Civil de 1916. Nesse passo, não se há, igualmente, que invocar eventual responsabilidade objetiva em relação às referidas.

Com efeito, não deve assistir razão ao postulante, vez que a responsabilidade civil de que trata o Diploma Consumerista refere-se à existência de vício no produto ou nas informações sobre sua utilização e riscos. É o que reza, aliás, o Art. 12, do referido diploma legal, *in verbis* :

"Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador, respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos".

Não há alegação de defeito nos produtos fabricados pela apelada. Com relação às informações, o Apelante narra que fuma há muito tempo, e que fumou por longos períodos de sua vida.

Sabe-se, igualmente, que o uso do cigarro oferece riscos à saúde, não sendo a publicidade capaz de eliminar esses dados do conhecimento da pessoa que decide começar ou continuar a fumar, eis o livre arbítrio.

Além do mais, antes da Portaria de nº 190, do Ministério da Saúde editada em 1988, sequer havia imposição legal que obrigasse as demandadas a veicularem cláusula de advertência nos cigarros, assim como prestar informações acerca dos riscos que o produto por ela comercializado causava à saúde.

Ora, não havendo lei lhes impondo a dita obrigação, não pode ser reconhecida qualquer infração a dever legal e, em consequência, comportamento ilícito capaz de gerar o dever indenizatório no caso especificado nos autos.

É de conhecimento público que a indústria tabagista e em especial as apeladas, deram exato cumprimento às exigências legais e administrativas acerca da publicidade e informações em seus produtos. Não há, pois, como apontar defeito nas informações, nem como adjetivar de enganosa a publicidade acerca das mesmas.

Outra circunstância que rompe o nexo de causalidade é a culpa exclusiva do Apelante, adotada pelo Código de Defesa do Consumidor, em seu Art. 12, § 3º, inciso III, não podendo-se aqui falar na pouca idade que diz ter iniciado o hábito de fumar, vez que não consegue fazer qualquer tipo de prova sólida, capaz de corroborar o quanto alegado.

Assim, se constituiu na única responsável pelos danos eventualmente decorrentes do consumo de cigarros, fazendo surgir a figura da culpa exclusiva do consumidor que, à luz do supramencionado artigo do Código Consumerista, a semelhança dos demais aspectos até aqui abordados, isenta as empresas do dever indenizatório.

Outro não é o entendimento deste Tribunal de Justiça, inclusive deste Relator:

"TJRN: CIVIL, CONSTITUCIONAL E CONSUMIDOR. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS À SAÚDE. MALEFÍCIOS À SAÚDE CAUSADOS PELO HÁBITO DE FUMAR CIGARROS. ALEGADA RESPONSABILIDADE DA EMPRESA FABRICANTE DO PRODUTO. PROPAGANDA ENGANOSA. OMISSÃO POR NÃO INFORMAR ACERCA DOS DANOS PROVOCADOS PELO FUMO. AUSÊNCIA DE

NEXO DE CAUSALIDADE. RESPONSABILIDADE CIVIL NÃO CONFIGURADA. HÁBITO DE FUMAR. LIVRE ARBÍTRIO. EXERCÍCIO DE VONTADE PRÓPRIA. APELO CONHECIDO E IMPROVIDO EM CONSONÂNCIA COM O PARECER DO PARQUET. PRECEDENTES TJ/RN, TJ/DFT, TJ/RS E TJ/SP.

- O hábito de fumar ou consumir qualquer tipo de tabaco, é ato de puro e livre arbítrio do fumante, não sendo possível imputar qualquer tipo de culpa à empresa fabricante de cigarros.

(Apelação Cível nº -Rel. Des. Vivaldo Pinheiro -1ª Câmara Cível -julgado em 12.08.2008) (grifos acrescentados)

EMENTA: CIVIL E CONSUMIDOR. APELAÇÕES CÍVEIS. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS À VIDA E A SAÚDE. PRELIMINAR DE NULIDADE DA SENTENÇA SUSCITADA PELA AUTORA/APELANTE. TRANSFERÊNCIA PARA O MÉRITO. REJEIÇÃO. AÇÃO ALCANÇADA PELA COISA JULGADA MATERIAL. EXTINÇÃO DO PROCESSO SEM RESOLUÇÃO DO MÉRITO EM RELAÇÃO À DEMANDADA SOUZA CRUZ S/A. PRESCRIÇÃO DA PRETENSÃO ALMEJADA NOS AUTOS A TEOR DO ART. 27 DO CDC EM RELAÇÃO A DEMANDADA PHILIP MORRIS BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA. EXTINÇÃO DO PROCESSO COM RESOLUÇÃO DO MÉRITO. **MALEFÍCIOS À SAÚDE CAUSADOS PELO HÁBITO DE FUMAR CIGARROS. ALEGADA RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS FABRICANTES DO PRODUTO. PROPAGANDA ENGANOSA. OMISSÃO POR NÃO INFORMAR ACERCA DOS DANOS PROVOCADOS PELO FUMO. AUSÊNCIA DE NEXO DE CAUSALIDADE. RESPONSABILIDADE CIVIL NÃO CONFIGURADA. HÁBITO DE FUMAR. LIVRE ARBÍTRIO. EXERCÍCIO DE VONTADE PRÓPRIA.** AUSÊNCIA DE LITIGÂNCIA DE MÁ-FÉ. MANUTENÇÃO DA SENTENÇA DE 1º GRAU. PRECEDENTES. CONHECIMENTO E DESPROVIMENTO DAS APELAÇÕES CÍVEIS. (TJ/RN, Ap. Cível nº , Rel. Des. Aderson Silvino, 2ª Câmara Cível, julg. 03.02.2009) (grifos acrescentados)

EMENTA: DIREITO CIVIL E PROCESSO CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS À VIDA E À SAÚDE. (...) APELAÇÃO CÍVEL. PRELIMINAR DE NULIDADE DA SENTENÇA POR AUSÊNCIA DE ANÁLISE MERITÓRIA E POR FALTA DE FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA. TRANSFERÊNCIA PARA O MÉRITO. (...) **RELAÇÃO DE CONSUMO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA PELO DEFEITO DO PRODUTO. ATIVIDADE INDUSTRIAL E COMERCIAL PERMITIDA PELO ORDENAMENTO JURÍDICO. EXERCÍCIO REGULAR DE DIREITO. LICITUDE DA CONDUTA DO DEMANDADO. INEXISTÊNCIA DE VÍCIO NO PRODUTO. PUBLICIDADE DE ACORDO COM AS PRESCRIÇÕES LEGAIS. USO DO PRODUTO POR ESCOLHA VOLUNTÁRIA DO CONSUMIDOR. INEXISTÊNCIA DO DEVER DE INDENIZAR.** MANUTENÇÃO DA SENTENÇA. APELO CONHECIDO E DESPROVIDO. (AC , 1ª CC do TJRN, Rel. Des. Expedito Ferreira, J. 24.11.2009)". (grifos acrescentados)

Nessa mesma esteira de raciocínio colho ainda o entendimento esposado por outras Cortes de Justiça do Brasil:

"REPARAÇÃO DE DANOS MATERIAIS E MORAIS - **MALEFÍCIOS À SAÚDE CAUSADOS PELO USO DE CIGARRO - CÂNCER DE PULMÃO - EMPRESA RESPONSÁVEL PELA FABRICAÇÃO DO PRODUTO - PROPAGANDA ENGANOSA - OMISSÃO POR NÃO INFORMAR ACERCA DOS DANOS PROVOCADOS PELO FUMO - RESPONSABILIDADE - NÃO-CONFIGURAÇÃO -**

HÁBITO DE FUMAR - ESCOLHA CONSCIENTE DO FUMANTE.

1. Inviável se revela pretensão tendente a condenar empresa fabricante de cigarros em danos materiais e morais, à consideração de que teria veiculado propaganda enganosa e omitido acerca dos prejuízos e malefícios causados pelos componentes químicos existentes no cigarro.

2. A empresa responsável pela fabricação de cigarros desenvolve atividade lícita, porquanto autorizada, disciplinada e fiscalizada pelo Poder Público e, uma vez disponibilizado o produto ao consumidor, este detém o livre-arbítrio para decidir se vale ou não a pena consumir o produto. Se o autor iniciou e continuou sua atividade tabagista, o fez por livre e espontânea vontade, não havendo que se falar em responsabilidade da empresa por suposta veiculação de propaganda enganosa, tanto mais quando demonstrado que a mesma vem divulgando seus produtos sem extrapolar os lindes delimitados pela Portaria nº 490/88 e legislações subseqüentes.

3. Não configurada a conduta ilícita por parte da ré e caracterizada a culpa exclusiva do autor, que, mesmo ciente quanto ao risco do produto consumido, assumiu-o voluntariamente ao persistir no hábito do tabagismo, incensurável se revela provimento jurisdicional que julga improcedente pleito indenizatório respectivo"

(TJDFT, 2ª Turma Cível, APC nº 1999.01.1.048788-9, Rel. Des. Adelith de Carvalho Lopes, julgado em 20/06/2002, publ. DJ de 02/10/02, pág. 41) (grifos acrescidos) ;

"A propaganda das marcas de cigarro, até por não obrigar ninguém, não teria, por si só, o condão de levar o falecido marido, pai e avô dos autores ao fumo e assim mantê-lo a ponto de lhe causar a doença apontada, câncer de pulmão" (TJRS -3ª Câmara Cível - AP. 7002.205.758-2 -Des. Osvaldo Stefanello) (grifos acrescidos);

"Improcedente a ação de indenização movida por doente de câncer na laringe contra fabricante de cigarros, se o nexo causal entre a doença e o tabagismo, apesar do truismo de que o cigarro provoca tumores malignos, não resta demonstrado, e inexistente prova do consumo exclusivo dos produtos da fabricante. Ressalta-se ainda que o tabagismo não foi imposto ao autor, que aderiu espontaneamente ao vício, não cabendo a alegação de que as advertências quanto aos seus malefícios somente passaram a ser feitas recentemente, porquanto os prejuízos que o cigarro pode causar são sensíveis, quando não intuitivos " (TJSP -4ª C. Dir. Privado -Ap. 110.454-4/3-00 -Rel. Narciso Orlandi -j. 22.02.2001 -RT 789/220) (grifos acrescidos).

De igual modo, é o entendimento do STJ, *ex vi* :

"RECURSO ESPECIAL. RESPONSABILIDADE CIVIL. DANOS MORAIS. FUMANTE. EXERCÍCIO DO LIVRE-ARBÍTRIO. RUPTURA DO NEXO DE CAUSALIDADE. VIOLAÇÃO AO ART. 535 NÃO CONFIGURADA . (...) 2. É incontroverso nos autos que o Autor começou a fumar nos idos de 1.988, mesmo ano em que as advertências contra os malefícios provocados pelo fumo passaram a ser veiculadas nos maços de cigarro. 3. Tal fato, por si só, afasta as alegações do Recorrido acerca do desconhecimento dos malefícios causados pelo hábito de fumar, pois, mesmo assim, com as advertências, explicitamente estampadas nos maços, Miguel Eduardo optou por adquirir, espontaneamente, o hábito de fumar, valendo-se de seu livre-arbítrio. 4. Por outro lado, o laudo pericial é explícito ao afirmar que não pode comprovar a relação entre o tabagismo do Autor e o surgimento da Tromboangeíte Obliterante. 5. Assim sendo, rompido o nexos de causalidade da obrigação de indenizar, não há falar-se em direito à percepção de indenização por danos morais. 6. Recurso Especial parcialmente conhecido e, nessa extensão, provido.

(REsp 886347 / RS, Ministro HONILDO AMARAL DE MELLO CASTRO (DESEMBARGADOR CONVOCADO DO TJ/AP), QUARTA TURMA, DJ. 25/05/2010)" (grifos acrescidos).

"RESPONSABILIDADE CIVIL. TABAGISMO. AÇÃO REPARATÓRIA AJUIZADA POR FAMILIARES DE FUMANTE FALECIDO. PRESCRIÇÃO INOCORRENTE. PRODUTO DE PERICULOSIDADE INERENTE. INEXISTÊNCIA DE VIOLAÇÃO A DEVER JURÍDICO RELATIVO À INFORMAÇÃO. NEXO CAUSAL INDEMONSTRADO. TEORIA DO DANO DIRETO E IMEDIATO (INTERRUPÇÃO DO NEXO CAUSAL). IMPROCEDÊNCIA DO PEDIDO INICIAL. (...) (Resp. 1.113.804/RS, Rel. Min. LUIS FELIPE SALOMÃO, QUARTA TURMA, Dj. 27/04/2010)" (grifos acrescidos).

Acerca do prequestionamento suscitado pelo autor, sob a alegação de que diversos dispositivos estariam dotados de controvérsia, uma vez que não foram devidamente explorados na decisão e estariam sendo violados, cabe aqui enfatizar que os mesmos foram expressamente abordados, tendo sido expostas as razões da sua aplicabilidade à hipótese dos autos como se infere da simples leitura do decisório.

Outrossim, determino que as publicações da Souza Cruz S/A referentes ao presente feito recaiam na pessoa da causídica Claudia Marluce N. Rocha, conforme requerido à fl. 2040.

Diante do exposto, transfiro para o mérito a preliminar de nulidade do julgado suscitada pelo Apelante, bem como rejeito a preliminar de Agravo Retido suscitada pela Apelada Souza Cruz S/A. E no mérito, conheço da Apelação Cível e nego-lhe provimento mantendo incólume a sentença de 1º grau combatida.

É como voto.

Natal, 16 de novembro de 2010.

Desembargador **ADERSON SILVINO**

Presidente e Relator

Doutor **CARLOS AUGUSTO CAIO DOS SANTOS FERNANDES**

18º Procurador de Justiça

Anexo G – Acórdão 70016845349, do Rio Grande do Sul

Acórdão nº 70016845349 de Tribunal de Justiça do RS, Nona Câmara Cível, 12 de Dezembro de 2007.

APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. MORTE DE FUMANTE QUE INICIOU O VÍCIO DO TABAGISMO ANTES DA VIGÊNCIA DO CDC. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO FABRICANTE OU FORNECEDOR PELO FATO DO PRODUTO (ART. 6º, INCISO VI, 9º E ART. 12, DO CDC). DIREITO COMPARADO. PRESSUPOSTOS. DEFEITO DE PRODUTO INERENTEMENTE PERIGOSO EM RAZÃO DA VIOLAÇÃO DE UMA LEGÍTIMA EXPECTATIVA DE SEGURANÇA CAPAZ DE PROVOCAR DANOS À SAÚDE DOS CONSUMIDORES. NEXO DE CAUSALIDADE SOB A PERSPECTIVA MÉDICA E JURÍDICA. AUSÊNCIA DE BOA-FÉ EM RAZÃO DA OMISSÃO EM ALERTAR AOS CONSUMIDORES DE CIGARROS SOBRE OS CONHECIDOS DANOS À SAÚDE PELO ATO DE FUMAR PRODUTO INERENTEMENTE PERIGOSO. CONTRIBUIÇÃO DA VÍTIMA. QUANTUM INDENIZATÓRIO.

1. AGRAVO RETIDO. Não foi apresentado incidente de impugnação ao valor da causa no momento oportuno, motivo pelo qual se operou a preclusão temporal, a teor do art. 183 do CPC. Ainda assim não fosse, o pedido da ação originária diz com a procedência da ação para condenar a demandada ao pagamento de indenização por danos morais, em valor a ser arbitrado pelo juízo. A parte autora, portanto, não especificou a quantia pleiteada, deixando-a a critério do Juiz, de acordo com a ponderação dos critérios pertinentes. Trata-se de manifesto pedido genérico, motivo pelo qual perfeitamente cabível a fixação do valor da causa como o de alçada. Evidente a viabilidade de deduzir pedido de condenação por danos morais, baseados no sofrimento psíquico, emocional que não encontra exata mensuração econômica no momento da propositura da ação e depende de arbitramento judicial, não encontrando óbice na vedação legal do art. 286 do CPC.

2. APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (DIREITO INTERTEMPORAL) Por manifestação expressa do legislador, as normas jurídicas de proteção e defesa do consumidor são de ordem pública, devendo ser aplicadas de forma imediata aos contratos ou relações de consumo em curso e aos fatos ainda não consumados e não integrantes do patrimônio do titular do direito ante o interesse público existente. Como o hábito de fumar fora adquirido anteriormente, e a relação consumerista persistiu após a entrada em vigor do CDC, inclusive o diagnóstico, hospitalização e morte da vítima ocorreram em plena vigência dessa legislação protetiva, aplicável o sistema de responsabilidade objetiva prevista no Código de Defesa do Consumidor. Por outro lado, aplicam-se os brocardos da *mihi factum, dabo tibi ius* (dá-me o fato, dar-te-ei o direito) ou então o *iura novit curia* (o juiz conhece o direito), de modo que era lícito ao juiz sentenciante reconhecer a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor, ainda que a petição inicial da ação indenizatória tenha sido fulcrada na responsabilidade civil subjetiva do Código Civil de 1916.

3. A LICITUDE DA CONDOTA da ré, em fabricar e comercializar cigarros, não importa ao deslinde do feito, para o que imprescindível é examinar as particularidades do produto colocado no mercado, seja no plano interno, seja no plano externo. Os atos ilícitos, sem a intenção de esgotá-los, restaram configurados: (a) na omissão das fornecedoras de tabaco em informar, à época em que o adolescente iniciou a fumar, de maneira adequada e clara, sobre as

características, composição, qualidade e riscos que o cigarro poderia gerar aos seus consumidores (vício de informação); (b) na publicidade insidiosa e hipócrita difundida há tempo pelas fornecedoras de tabaco, vinculando o cigarro a situações como sucesso profissional, beleza, prazer, saúde, requinte etc.; (c) no fato de as indústrias do fumo inserirem no cigarro substância que acarreta dependência aos seus utentes (nicotina), obrigando-os a consumir mais e mais o produto nocivo, não por uma escolha consciente, mas em razão de uma necessidade química.

4. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO FORNECEDOR. Em matéria de proteção da saúde e segurança dos consumidores vige a noção geral da expectativa legítima, é dizer, a idéia de que os produtos e serviços colocados no mercado devem atender às expectativas de segurança que deles legitimamente se espera. Em primeiro lugar, exige-se que a existência da periculosidade esteja em acordo com o tipo específico de produto ou serviço (critério objetivo). Em segundo lugar, o consumidor deve estar total e perfeitamente apto a prevê-la, ou seja, o risco não o surpreende (critério subjetivo). O § 1º, do art. 12, do CDC, após salientar que só há responsabilidade civil do fornecedor se houver defeito no produto introduzido no mercado, dispõe, a título exemplificativo, que o produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera. Portanto, o conceito de defeito não se relaciona propriamente com a inaptidão do produto para seus fins, mas, antes, com a violação de uma legítima expectativa de segurança, que é capaz de provocar danos aos consumidores. O fato de alguns tabagistas conseguirem largar o vício por conta própria ou com ajuda médica, não exclui a responsabilidade do fabricante, visto que o abandono do vício depende de fatores subjetivos e características individuais dos consumidores. Entretanto, o vício possui a mesma gênese para todos os tabagistas: o consumo de cigarros e o vício pela nicotina. Parar de fumar não significa que a nicotina não vicia ou que o cigarro não possui outros componentes que induzem o consumo de cigarros. A abdição do vício pelo fumo não depende apenas de uma decisão do próprio fumante ou de sua autodeterminação. Desse modo, os riscos inerentes ao consumo do cigarro não são considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição (art. 8º do CDC), porquanto a expectativa dos tabagistas não é desfrutar de doenças associadas ao consumo de cigarro ou provocar a morte a longo prazo. Ao revés, pretendem obter a sensação calmante e prazerosa provocada pelo consumo de cigarros, estes sim considerados normais e previsíveis.

5. DIREITO COMPARADO. A recente terceira grande onda de litigância contra as empresas de tabaco nos Estados Unidos da América alterou seu curso de modo que está se consolidando a tendência dos Tribunais norteamericanos em condenar as empresas tabagistas. A partir de maio de 1994, se fizeram públicos documentos internos (conhecidos como `cigarette papers') de algumas empresas tabagistas, que revelariam que as indústrias do fumo sabiam dos riscos para a saúde derivados do consumo de tabaco desde princípios e meados dos anos cinquenta e, apesar disso, teriam omitido as advertências relevantes ao ponto de, recentemente, os governos dos Estados da União terem decidido acionar, por meio de `class actions' a indústria de cigarros para obter o reembolso dos gastos médico-sanitários destinados à saúde por danos relacionados ao tratamento de enfermidades presumidamente relacionadas com o consumo do tabaco.

6. O CIGARRO COMO PRODUTO INERENTEMENTE PERIGOSO. O tabaco é considerado como um produto inerentemente perigoso por conter em si riscos para as vítimas e cujo próprio projeto ou natureza implica uma série de características em virtude das quais não é possível a existência de uma alternativa mais segura, uma vez que se assim se fizesse se descaracterizaria a própria natureza desse produto. Trata-se de produtos nos quais ocorre o

paradoxo de que podem ocasionar conseqüências muito negativas, porém, nem por isso, podem ser reputados como inseguros ou desarrazoadamente perigosos.

7. NEXO CAUSAL ENTRE O TABAGISMO E A MORTE. A epidemiologia como método genérico para determinar a causalidade na responsabilidade civil pelo produto. Segundo a teoria da causalidade adequada, aplicada ao âmbito da responsabilidade civil pelo produto, para que se configure o nexo de causalidade, basta que haja séria probabilidade de ocorrência do dano, sendo suficiente que este não seja atribuível a circunstâncias extraordinárias ou situações improváveis, que não seriam consideradas por um julgador prudente. Nesta perspectiva do nexo causal epidemiológico, subministrado pelas regras do que ordinariamente acontece, a prova coligida aos autos conforta a presença do liame de causalidade entre o tabagismo e a neoplasia pulmonar que produziu a morte da vítima.

8. AUSÊNCIA DE BOA-FÉ NA CONDUTA DA RÉ. É certo que o dever de informação foi instituído expressamente apenas com o advento da Lei 8.078/90. Não obstante, já existia no ordenamento civil o princípio da boa-fé objetiva (regra de conduta), que, em essência, impunha restrições à comercialização de produtos nocivos. Com efeito, aqui não se avoca as disposições do Código de Defesa do Consumidor, mas, sim, o denominado princípio da boa-fé, que inobstante não previsto expressamente no Código Civil de 1916, era acolhido pelo sistema de responsabilidade civil, o qual preceitua uma conduta reta entre os contraentes, de forma a proteger a legítima expectativa do outro. Mesmo inexistente previsão legal do dever de informação ao tempo em que o autor começou a fumar (1963), certo é que a demandada deixou de fazer advertência que deveria ser feita, ou que deveria o fabricante saber necessária, incorrendo em violação à necessária boa-fé no tráfego comercial, por omitir dado essencial do produto, já que a ocultação desta informação, por si só, configura a enganosidade. Com efeito, a existência de ardil fantasioso utilizado com o fim de atrair a simpatia do espectador em relação ao produto torna a publicidade enganosa.

9. QUANTUM INDENIZATÓRIO. Não persiste qualquer dúvida acerca da tristeza, do sofrimento e da angústia enfrentadas pela companheira e pelo filho do de cujus ao ter de presenciar a degradação progressiva da saúde do ente querido, sem lograr êxito nas tentativas de ajudá-lo a se livrar do vício. A ré induziu o vício de forma direta, por meio de propagandas, com a finalidade única de obter lucro, sem preocupação com a saúde do consumidor. Curial que se reconheça a contribuição da vítima para a sua morte, na medida em que foi alertada por pessoas próximas sobre o perigo da continuidade do tabagismo, conforme a própria petição inicial expõe, motivo pelo qual correta a redução perpetrada no Juízo a quo em 2/3 do valor indenizatório. Incabível maior redução do quantum, dado que o desencadeamento do vício deve ser atribuído à demandada.

"DESPROVERAM O AGRAVO RETIDO E O RECURSO DE APELAÇÃO, E DE OFÍCIO, FIXARAM OS JUROS MORATÓRIOS LEGAIS A PARTIR DA SENTENÇA. UNÂNIME." (Apelação Cível Nº 70016845349, Nona Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Odone Sanguiné, Julgado em 12/12/2007).

Anexo H – Extrato do Processo 9228-2007

Processos de Primeiro Grau

Numeração Antiga:	ACP 09228-2007-001-12-00-0 - Baixado
Segundo Grau:	<u>09228-2007-001-12-00-0</u>
Data de Autuação:	13-12-2007
Nº. de Volumes:	2
Nº. de Volumes Apartados:	4
Vara do Trabalho:	1ª VARA DO TRABALHO DE FLORIANÓPOLIS
Valor da Causa:	R\$ 1000000,00
Rito:	Ordinário
Autor:	Ministerio Publico do Trabalho - Procuradoria Regional do trabalho da 12º Região
Advogado Autor:	PROCURADORIA REGIONAL DO TRABALHO 12A REGIAO (OAB:PRT/SC)
Réu:	Souza Cruz S.A. e outros(3)
Advogado Reu:	SILVIA DOMINGUES SANTOS MANSUR (OAB:10990/SC)

Histórico do Processo

Data Tramitação

14-01-2009 Prot. OFÍCIO - 6ª VT BRASÍLIA - ENCAMINHA DECISÃO - DEST: pasta própria

09-12-2008 Remetido a(o) D. FEITOS BRASILIA - DESPACHO DE FLS. REMETIDO POR CORREIO, PELA EXPEDIÇÃO DO TRT.

09-12-2008 Remessa devolvida do(a) D. FEITOS BRASILIA - DETERMINAÇÃO DA SENTENÇA FLS. - Remetido em 08/07/2008

08-07-2008 Remetido a(o) D. FEITOS BRASILIA - via malote nº 2540/2008 - DETERMINAÇÃO DA SENTENÇA FLS.

07-07-2008 Autos remetidos a outro órgão/Unidade Judiciária

07-07-2008 Remessa devolvida do(a) TRT 12 REGIAO FLORIANOPOLIS-RECURSO ORDINÁRIO - Remetido em 25/03/2008 - Dec.: NEGADO PROVIMENTO

25-03-2008 Remetido RECURSO ORDINÁRIO a(o) TRT 12 REGIAO FLORIANOPOLIS-Processo TRT Nº 09228-2007-001-12-00-0 - via malote nº 996/2008

14-03-2008 Prot. CONTRARRAZÕES - Souza Cruz S.A. - APRESENTA CONTRARRAZÕES

14-03-2008 Prot. CONTRARRAZÕES - Sindicato da Industria do Fumo no Estado do Rio Grande do Sul - SINDIFUMO - CONTRARRAZÕES

06-03-2008 Disponibilizada intimação Documento nº 730322 - e publicação em 07/03/2008 Visualizar Documento.

04-03-2008 Emitida Intimação para disponibilização Diário Oficial Eletrônico no dia

- 06/03/2008 Documento nº 730322 A/C advogado OAB Nº: 10990/SC, 6083/RS, 49476/RS. - e publicação em 07/03/2008
- 03-03-2008 Remessa devolvida do(a) MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO - DESPACHO DE FLS. - Remetido em 19/02/2008
- 26-02-2008 Prot. RECURSO ORDINÁRIO - Ministerio Publico do Trabalho - Procuradoria Regional do trabalho da 12º Região - INTERPÕE RECURSO ORDINÁRIO
- 19-02-2008 Remetido a(o) MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO - via malote nº 565/2008 - DESPACHO DE FLS.
- 19-02-2008 Disponibilizada intimação Documento nº 712415 - e publicação em 20/02/2008 Visualizar Documento.
- 18-02-2008 Emitida Intimação para disponibilização Diário Oficial Eletrônico no dia 19/02/2008 Documento nº 712415 A/C advogado OAB Nº: 10990/SC, 6083/RS, 49476/RS, 38508/RS, PRT/SC. - e publicação em 20/02/2008
- 14-02-2008 Devolvido pelo Juiz LUCIANO PASCHOETO - Exc Incomp
- 14-02-2008 ENCERRAMENTO DA INSTRUÇÃO - INSTRUÇÃO ENCERRADA
- 14-02-2008 SENTENÇA às 17:55 - INCOMPETÊNCIA DA VARA DO TRABALHO Visualizar Documento.
- 14-02-2008 EXCEÇÃO DE INCOMPETÊNCIA - PROCEDENTE
- 08-02-2008 Concluso ao Juiz LUCIANO PASCHOETO para Sentença em conhecimento
- 08-02-2008 Concluso para Despacho - gabinete
- 07-02-2008 Remessa devolvida do(a) MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO - DESPACHO DE FLS. - Remetido em 29/01/2008
- 07-02-2008 Prot. PETIÇÃO/APRESENTA CONTESTAÇÃO - Ministerio Publico do Trabalho - Procuradoria Regional do trabalho da 12º Região - APRESENTA CONTESTAÇÃO
- 07-02-2008 Prot. PETIÇÃO/MANIFESTAÇÃO - Ministerio Publico do Trabalho - Procuradoria Regional do trabalho da 12º Região - MANIFESTA-SE
- 29-01-2008 Remetido a(o) MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO - via malote nº 366/2008 - DESPACHO DE FLS.
- 24-01-2008 INICIAL às 10:47 - FORA DA PAUTA Visualizar Documento.
- 08-01-2008 Prot. OFÍCIO/DISTRIBUIÇÃO - DISTRIBUIÇÃO DOS FEITOS DE 1ª INSTÂNCIA DE BLUMENAU-SC - SERVIÇO DISTRIBUIÇÃO INFORMA DISTRIBUIÇÃO CP P/ 1ª VT BLUMENAU-SC SOB Nº 05318-2007-002-12-00-9
- 08-01-2008 Concluso para Despacho - GABINETE
- 07-01-2008 Prot. PETIÇÃO - Ministerio Publico do Trabalho - Procuradoria Regional do trabalho da 12º Região - MANIFESTAÇÃO
- 07-01-2008 Prot. PETIÇÃO/JUNTADA DE SUBSTABELECIMENTO - Associação dos Fumicultores do Brasil - AFUBRA - JUNTADA DE SUBSTABELECIMENTO
- 07-01-2008 Prot. PETIÇÃO - Souza Cruz S.A. - requer autenticação de cópias
- 07-01-2008 Prot. OFÍCIO - TRT - Comunicação de Decisão em MS
- 19-12-2007 Devolvido pelo Juiz PAULO ANDRÉ CARDOSO BOTTO JACON - Ant Tut
- 19-12-2007 Emitida Citação Inicial ao Réu - ECT (AR)
- 19-12-2007 Remetido(a) Citação Inicial ao Réu via Correio (Lista Nr. 3185/ 2007) CARTA COMERCIAL LOCAL E NÃO-LOCAL (AR) (Com comprovante) para

Sindicato da Indústria do Fumo no Estado do Rio Grande do Sul - SINDIFUMO

19-12-2007 Remetido(a) Citação Inicial ao Réu via Correio (Lista Nr. 3185/ 2007) CARTA COMERCIAL LOCAL E NÃO-LOCAL (AR) (Com comprovante) para Associação dos Fumicultores do Brasil - AFUBRA

19-12-2007 Remetido(a) Citação Inicial ao Réu via Correio (Lista Nr. 3185/ 2007) CARTA COMERCIAL LOCAL E NÃO-LOCAL (AR) (Com comprovante) para Souza Cruz S.A.

14-12-2007 Concluso ao Juiz PAULO ANDRÉ CARDOSO BOTTO JACON para outras Decisões

14-12-2007 Concluso para Despacho - GAB

13-12-2007 Autuado

Anexo I – Sentença do Processo 9228-2007

PRIMEIRA VARA DA JUSTIÇA DO TRABALHO DE FLORIANÓPOLIS – SC

AUTOS Nº 09228-2007-001-12-00-0

REQUERENTE: MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO – PROCURADORIA REGIONAL DO TRABALHO DA 12ª REGIÃO

REQUERIDOS: SOUZA CRUZ S.A., ASSOCIAÇÃO DOS FUMICULTORES DO BRASIL – AFUBRA E SINDICATO DA INDÚSTRIA DO FUMO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL - SINDIFUMO

Vistos etc.

O MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO – PROCURADORIA REGIONAL DO TRABALHO DA 12ª REGIÃO, propôs ação civil pública em face de SOUZA CRUZ S.A., ASSOCIAÇÃO DOS FUMICULTORES DO BRASIL – AFUBRA E SINDICATO DA INDÚSTRIA DO FUMO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – SINDIFUMO, requerendo a prestação jurisdicional em relação aos pedidos de fls. 73-97.

Houve concessão de liminar às fls. 98-104.

Citadas, compareceram os réus à audiência, oportunidade em que a 1ª ré e o 3º réu apresentaram exceção de incompetência.

O requerente manifestou-se sobre a exceção às fls. 252-66.

Analisando os autos verifico que a investigação referente às práticas de exploração de trabalho de crianças e adolescentes na produção do tabaco, entre outros alegados ilícitos, abrange não só trabalhadores que atuam no Estado de Santa Catarina, como também nos Estados do Paraná e do Rio Grande do Sul.

Assim, a extensão do alegado dano tem âmbito nacional ou supra-regional.

Friso que o entendimento consagrado na orientação jurisprudencial nº 130 estabelece que a fixação da competência territorial em sede de ação civil pública deve observar a extensão do dano e, por analogia, a regra contida no artigo 93 do Código de Defesa do Consumidor.

Assim, se a extensão do dano a ser reparado não extrapolar o âmbito regional, a competência será de uma das Varas do Trabalho da capital do Estado. Caso extrapolado, ou seja, sendo de âmbito supra-regional ou nacional, o foro será de uma das Varas do Trabalho do Distrito Federal.

Os danos que o Ministério Público do Trabalho busca coibir não se limitam à área em que ocorreram as investigações no Procedimento Investigatório 55/2000. Tanto isso é verdade que, além das 11 ações ajuizadas em Florianópolis, outras 6 já foram ajuizadas em Curitiba/PR (fl. 108).

Esclareço que em prevalecendo a competência territorial tripartida entre os três

Estados do sul do País, a desigualdade de tratamento prevalecerá, como assim já vem ocorrendo, em total prejuízo aos jurisdicionados. Cito que o próprio Ministério Público do Trabalho buscou corrigir uma “desigualdade de tratamento” surgida com as diferentes decisões já proferidas nos autos das ações civis públicas ajuizadas em Curitiba/PR e Florianópolis/SC (vide petição de fls. 108/109).

Assim, acolho as exceções de competência em razão do lugar apresentadas pelas 1ª e 3ª rés para declarar a competência de uma das Varas do Trabalho de Brasília (DF) para conhecer, processar e julgar a presente ação civil pública.

Intimem-se as partes.

Remetam-se os autos para o fórum trabalhista de Brasília (DF) para a competente distribuição.

Florianópolis, 14 de fevereiro de 2008.

LUCIANO PASCHOETO

Juiz do Trabalho Substituto

Anexo J – Extrato do processo 966-92.2010.5.10.0006**Ação Civil Pública****Numeração Antiga: 00966-2010-006-10-00-0 - 6ª Vara do Trabalho de BRASÍLIA-DF****Numeração Única: 0000966-92.2010.5.10.0006****Distribuição** 14/07/2010**Arquivo** CX 103298 A 103301-D (22 V)**Reclamante** Ministério Público do Trabalho - Procuradoria Regional do Trabalho da Nona Região**Advogado:****Plúrima reclamante** Associação de Controle do Tabagismo, Promoção da Saúde e dos Direitos Humanos - ACT**Advogado:****Reclamado** Souza Cruz S.A.**Advogado:** CRISTIANE ROMANO FARHAT FERRAZ - OAB: 1503/A/DF**2 Reclamado** Associação dos Fumicultores do Brasil - AFUBRA**Advogado:** FABIO FERNANDO BETTIN - OAB: 49476/RS**3 Reclamado** Sindicato das Indústrias do Fumo da Região Sul do Brasil**Advogado:** RENAN SCHWENGBER - OAB: 65.723/RS

Despachos

26/07/2010

Vistos. 1. Defiro a suspensão da tramitação da presente ação civil pública com o propósito de tentativa de construção de uma solução conciliatória para o presente litígio, tendo por bem razoável o prazo de 90 dias pela complexidade e alto alcance social e econômico que envolve a matéria (CLT, arts. 764 e 765; CPC, art. 265, II). 2. Anotem-SE os nomes dos advogados dos reclamados e da assistente (fls. 378, 164, 504 e 584). 3. Designo audiência para, se for o caso, reiteração das tentativas conciliatórias e apresentação de defesa para o dia 4 de novembro, às 17h0. 4. Intime-se pessoalmente o autor. 5. Publique-se. Juiz do Trabalho ANTONIO UMBERTO DE SOUZA JUNIOR

Andamentos

Data do andamento	Andamento	Data do evento	Hora do evento
02/03/2011	Arquivado definitivamente		
01/03/2011	Diligências na secretaria		
01/03/2011	Ato ordinatório praticado		
01/03/2011	Diligências na secretaria		
01/03/2011	Ato ordinatório praticado		
01/03/2011	Homologada a transação	01/03/2011	
31/01/2011	Audiência una designada	01/03/2011	14.00
04/11/2010	Audiência una cancelada	01/02/2011	13.20
12/08/2010	Audiência a ser realizada		

09/08/2010	Prazo diverso	06/08/2010
06/08/2010	Diligências na secretaria	
06/08/2010	Recebidos os autos	06/08/2010
02/08/2010	Mandado devolvido cumprido	
28/07/2010	Autos entregues em carga ao Ministério Público do Trabalho	
27/07/2010	Audiência a ser realizada	
23/07/2010	Diligências na secretaria	26/07/2010
22/07/2010	Diligências na secretaria	
22/07/2010	Prazo para cumprimento de mandado	
22/07/2010	Expedição de mandado	
22/07/2010	Audiência de instrução designada	04/11/2010 17.00
16/07/2010	Conclusos para despacho	
16/07/2010	Juntada de petição	16/07/2010
15/07/2010	Recebidos os autos	
14/07/2010	Remetidos os autos da distribuição à secretaria da vara	