

Responsabilidade Social e o Código de Defesa do Consumidor**Marco Aurélio Kelmer de Lima****Renan Thurler de Paula****Luiz Gustavo Gomes Fraga****Danilo Sad Silveira****Instituto Vianna Júnior****Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais Vianna Júnior****Palavras-chave****Código de Defesa do Consumidor/ Ética empresarial/ Responsabilidade social****RESUMO**

Este artigo tem por objetivo alinhar informações e idéias ligadas aos conceitos de Responsabilidade Social e “ética empresarial”. Toma como centro irradiador, o cunho jurídico estabelecido nas relações de consumo a partir da consolidação da Lei 8078/90, também conhecida como Código de Defesa do Consumidor. Visando a uma abordagem panorâmica concernente ao tema, traça um perfil histórico das preocupações sempre presentes em diversas realidades jurídicas, quanto às arestas existentes entre fornecedores e consumidores e suas conseqüências sócio-econômicas. Aborda questões ligadas à dinâmica social brasileira que propiciou importantes avanços na noção de cidadania, criando premissas para o surgimento do que se entende por “Responsabilidade social”. Mostra ainda o conceito de “ética empresarial”, ao mesmo tempo causa e conseqüência de um novo enfoque que vem consolidando importantes mudanças no padrão do comportamento empresarial.

NUPE – Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais Vianna Júnior

Grupo de pesquisa sobre Responsabilidade social

Analisesocial@yahoogrupos.com.br

Responsabilidade Social e o Código de Defesa do Consumidor

Histórico

Para entendermos o contexto histórico do Código de Defesa do Consumidor, faz-se mister voltarmos à Idade Antiga, para verificarmos como se deu todo o processo de transformação do consumo no tempo.

Sabe-se que o homem, vivendo em comunidade, nunca foi auto-suficiente, sendo incapaz de produzir tudo o que consumia. De início, a transação se dava através da troca, mais conhecida como “escambo”. Posteriormente, as organizações, as relações entre os indivíduos foram evoluindo e, assim, as trocas foram ficando diferenciadas. Foram surgindo interesses coletivos ao lado dos interesses individuais.

Com o surgimento da moeda, as relações foram ficando mais complexas e, destarte, começaram os choques de interesses de cada um. Para resolver esses conflitos foram criadas normas e leis para padronizar essa complexa relação de consumo entre os homens. Desde a Idade Antiga, há registros relacionados à proteção do consumidor, mesmo que indiretamente.

LERNER¹, apud BRITO FILOMENO (2001, p. 22), relata que “já no antigo Código de Hammurabi-Babilônia havia certas regras que, ainda que indiretamente, visavam a proteger o consumidor”. Também havia questões sobre direitos e obrigações de

¹ LERNER, Leizer, apud T.M. ROLLEMBERG, Jorge , 1987.

profissionais liberais, arquitetos, com direito a ressarcimento pecuniário por eventuais erros.

Hélio Zaghetto afirma, em sua obra, que “o Código de Hamurabi já continha dispositivos de proteção aos consumidores nas fraudes com grãos, gêneros e metais ou mesmo nos contratos de construção. As punições eram sempre severas, com violências contra o corpo ou contra a vida do infrator.”²

Na Índia, no século XIII a.C., o Código de Manu trazia punições e multas para os casos de adulteração de alimentos.

Da Constituição de Atenas, na Grécia, tinha-se uma preocupação constante com a defesa do consumidor (ARISTÓTELES³, citado por BRITO FILOMENO (2001, p. 23).

LERNER⁴, apud BRITO FILOMENO (2001, p. 23), destaca que “... também na Europa Medieval, principalmente na Espanha e na França, eram previstos castigos físicos para os falsificadores de substâncias alimentares. As ordens jurídicas dos mais variados povos do mundo passaram, a partir de então, a reconhecer a figura do consumidor e, sobretudo, a sua vulnerabilidade, outorgando-lhe direitos específicos.”

A partir do século XVIII, as grandes descobertas advindas da Revolução Industrial, vieram modificar de maneira substancial as relações de consumo, já que da Revolução Industrial veio a produção em massa. E ainda, as restrições com as quais o consumidor precisava ser amparado tornaram-se mais numerosas e complexas, transformando consideravelmente, todo o ordenamento jurídico.

² ZAGUETTO GAMA, Hélio, Curso de direito do consumidor, 2000, p. 16.

³ ARISTÓTELES, (1995:103-297).

⁴ LERNER, Leizer apud T. M. ROLLEMBERG, Jorge, 1987.

Na França em 1841, Luís XI baixou um edito que punia com banho escaldante quem vendesse manteiga com pedra em seu interior com a intenção de aumentar o peso, ou leite com água para aumentar o seu volume.

Há também, no Império Romano, registros da prática de controle de abastecimento de produtos, inclusive a decretação do congelamento dos preços.

No Brasil, documentos do Período Colonial, relatados pelo jornalista Biaggio Talento, dão-nos conta que havia punição, no século XVII, àqueles que infringiam normas de proteção ao consumidor, como, por exemplo, a aplicação de multas⁵.

Comenta Eduardo Gabriel Saad que “mesmo no Brasil-colônia, realizavam-se operações mercantis, objetivando a satisfação das necessidades do indivíduo ou de seu grupo familiar.”⁶

Nos fins do século XIX e início do século XX, em função do avanço do Capitalismo e devido às profundas transformações econômicas, comerciais e sociais, deu-se nos Estados Unidos o movimento consumerista⁷, movimento este que teve origem nas lutas dos grupos sociais contra as discriminações de raça, sexo, idade e profissões. O movimento consumerista sempre se caracterizou pelas revoltas contra as práticas abusivas dos comerciantes e dos fabricantes, consideradas como aviltadoras da dignidade e dos direitos pessoais dos consumidores. Este movimento se espalharia por todo o mundo, impulsionado também por uma tentativa de melhora na qualidade de vida da população.

Com o passar do tempo, o agigantamento da indústria, o crescimento do comércio e os novos processos de vendas formaram um conjunto de forças, diante do qual, o

⁵ O Estado de São Paulo, 24/09/2000, p. A-20, tirados do Arquivo Histórico de Salvador.

⁶ GABRIEL SAAD, Eduardo, Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, 1999, prólogo.

⁷ ZAGUETTO GAMA, Hélio, Curso de direito do consumidor, 2000, p. 1-2.

consumidor, para se defender eficazmente, contava apenas com um sistema legal já superado pela realidade econômica e social. Foi quando a maioria das nações se deu conta de que os consumidores tinham de contar com a proteção especial do Estado, contra o considerável avanço da economia que geravam poderosas empresas.

Na década de 60, foi criada a IOCU (*International Organization of Consumers Unions*) atualmente CI (*Consumers International*) formado por cinco países: Bélgica, EUA, Holanda, Áustria e Reino Unido. É uma organização independente, sem fins lucrativos, que reúne e harmoniza as atividades das organizações de consumidores em cerca de 50 países, protegendo e promovendo os interesses dos consumidores em todo o mundo.

No estabelecimento de diretrizes visando a atingir os direitos conquistados até então e, na busca de melhores condições para atender as necessidades do consumidor, em 1962, o presidente norte-americano John Kennedy, precisamente em 15/03/1962, reconhece os direitos do consumidor (de segurança, de informação, de escolha e de ser ouvido). Daí o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor ser comemorado nesta data.

No âmbito da ONU, a Resolução 39/248, de 09/04/1985, é apontada como a verdadeira origem dos direitos básicos do consumidor.

No Brasil

Na legislação brasileira, o Código Comercial de 1840, já trazia direitos e obrigações relacionados aos passageiros de embarcações.

O Código Civil de 1916, em seu artigo 1245, atual artigo 618, também estabelecia critérios de responsabilidade do fornecedor.

PAES DE BARROS LEÃES⁸, citado por LUCCA (1995, p. 91), afirma que o artigo 51 do Código Civil, atual artigo 86, na classificação dos bens quanto à sua destinação e o artigo 726, atual 1392, §1º, na regulação dos direitos do usufrutuário, no tocante às coisas consumíveis pelo uso, foram artigos que mal puderam assimilar o conceito de consumo, já que tratavam de leis genéricas, esparsas.

Na Constituição Federal de 1934, nos seus artigos 115 e 117, surge a primeira norma constitucional de cunho protecionista à economia popular.

Em 1951, é editada a lei 1521, lei de Economia Popular, garantindo uma defesa maior do consumidor. Algumas práticas abusivas foram previstas na lei, que passou indiretamente a proibir certos exageros do fornecedor.

Em 1976, foi criado em São Paulo, o primeiro órgão de proteção ao consumidor, que recebeu o nome de “grupo executivo de proteção ao consumidor”; o PROCON, uma personalidade jurídica de direito público – por força da Lei Estadual de São Paulo n.º9192 de 23/11/95 – conferindo maior autonomia para o desempenho de suas funções, tendo autonomia técnica, administrativa e financeira, advindo do chamado “movimento consumerista brasileiro”.

Com a criação da Secretaria Estadual de Defesa do Consumidor em 1987, o órgão transformou-se num departamento de Proteção ao Consumidor. A Secretaria foi extinta em 1991, passando a integrar a Coordenadoria Estadual de Proteção ao Consumidor, ligado à secretaria de Justiça e da Cidadania, mantendo, porém, o PROCON, que está presente em vários municípios brasileiros.

⁸ PAES DE BARROS LEÃES, Luiz Gastão, As relações de consumo e o crédito ao consumidor, in *RDM* 82. Abril-Junho/1991. p. 13.

O PROCON desempenha papel fundamental na proteção ao consumidor, principalmente quanto à orientação, informação e em ações voltadas aos conflitos surgidos na relação consumidor-fornecedor.

Seus objetivos concentram-se, dentre outros, em definir a política estadual de proteção ao consumidor, receber, analisar e encaminhar reclamações, sugestões ou propostas de entidades representativas, informar, conscientizar e motivar o consumidor através de programas específicos.

Na década de 80, surgiram leis mais específicas de proteção ao consumidor. A própria Constituição Federal de 1988 trouxe dispositivos de proteção ao consumidor. Podemos citar o artigo 5º, inciso XXXII, artigo 170, inciso V e artigo 150,§5º, que de alguma forma, mesmo que indiretamente, visava a essa proteção.

Mas havia a necessidade de uma lei específica que regulamentasse a relação de consumo entre consumidor e fornecedor.

O Código de Defesa do Consumidor (Lei 8078)

No início dos anos 90, com base no artigo 48 dos atos das disposições transitórias, que dispôs que o Congresso Nacional, dentro de 120 dias da promulgação da Constituição, elaboraria o Código de Defesa do Consumidor; mas a lei 8078 foi sancionada somente em 11/09/90, entrando em vigor em 12/03/91, conhecida como Código de Defesa do Consumidor, que também criou o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, ligado à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça.

O Código de Defesa do Consumidor é uma lei de ordem pública e de interesse social (artigo 1º do CDC), decorrendo disso, que jamais prevalecerá a vontade das partes

na formação dos contratos oriundos da relação de consumo. E cabe ainda, ressaltar o caráter interdisciplinar de sua aplicabilidade, já que o CDC engloba diversos ramos do Direito, como por exemplo, direito civil, comercial, penal e administrativo.

O Código surgiu com o intuito de atenuar a desigualdade das partes nos contratos, gerada pela ordem econômica mundial. Uma das explicações para a criação do CDC pode ser entendida pelas palavras de Gabriel Saad:

Na busca do lucro, o que é perfeitamente admissível em nosso regime sócio-político, o empresário tem, nos valores sociais do trabalho, um dos seus limites. Continua ele: Nessa ordem de pensamento, não deixa de ser legítima a conduta do Estado que, por meio de lei, procura coibir eventuais abusos desses empresários (neste código, chamado de “fornecedores”) em dano dos interesses desses consumidores que, na população do país, têm peso maior que o dos trabalhadores. Só nos resta concluir que o CDC é compatível com o artigo 1º, inciso IV da Constituição Federal⁹.

José Geraldo B. Filomeno, em seu livro, afirma “que foram ouvidos os reclamos dos órgãos e entidades ligadas à defesa e proteção do consumidor ...”¹⁰

A proteção ao consumidor é um desafio nos dias atuais, já que o CDC protege a parte mais fraca da relação de consumo. Entende-se por relação de consumo, quando alguém compra um produto para satisfazer necessidade pessoal ou familiar, estabelecendo

⁹ GABRIEL SAAD, Eduardo, Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, 1999, p. 31.

¹⁰ BRITO FILOMENO, José Geraldo, Manual de direitos do consumidor, 2000, p. 28.

aí, uma relação jurídica, tendo dois pólos – o comprador e o vendedor – reunindo, portanto, de um lado o empresário ou o fornecedor (como definido no código) e, de outro, o consumidor dos bens e serviços colocados a venda. Nesse contexto, mediante consentimento mútuo, uma parte obriga-se a transferir o domínio de certa coisa à outra, desde que esta lhe pague o preço ajustado. Mas a lei 8078/90, o CDC, veio também suprir a lacuna deixada pelo Código Civil de 1916, no que tange aos consumidores, na relação de consumo, ocasionando uma considerável inovação no ordenamento jurídico brasileiro, já que equilibra forças antagônicas dessa relação, frente a uma nova realidade social, política e econômica, ocorrida no final do século XX.

As relações civis e comerciais que não se enquadram no conceito de relação de consumo, continuaram a serem reguladas por suas leis específicas. E os objetivos da política de relação de consumo estão elencados no artigo 4º e seus incisos, no CDC.

PÓLO¹¹, citado por BRITO FILOMENO (2001, p. 60), nesta perspectiva de proteção ao consumidor considera: “que tudo hoje em dia é direito do consumidor: (...) o direito de defender-se contra a publicidade enganosa e mentirosa; (...) o direito de informação sobre os produtos, os serviços e suas características, sobre o conteúdo dos contratos e a respeito dos meios de proteção e defesa; (...) o direito de reclamar judicialmente pelo descumprimento ou cumprimento parcial ou defeituoso dos contratos; (...); o direito enfim, como usuário, a uma eficaz prestação de serviços públicos e até mesmo de proteção do meio ambiente”.

¹¹ PÓLO, Eduardo (1980:22).

Política, economia e Código de Defesa do Consumidor: Aspectos ligados à
Responsabilidade Social

As transformações políticas operadas no Brasil durante a década de 80, advindas com o ocaso do regime militar, liberaram energias sociais a muito represadas. O absoluto descaso em relação à cidadania durante os chamados “anos de chumbo”, faz eclodir fortes demandas sociais que deságuam no bojo do processo constituinte, instalado no início do governo do então presidente José Sarney.

No decurso de 21 anos, entre o início dos governos militares em 1964 e a redemocratização em 1985, perceberam-se profundas transformações econômicas, refletindo o acelerado desenvolvimento industrial do período. Tais transformações, no entanto, pouco representaram quanto aos reais anseios da população, com vista ao atendimento de suas necessidades elementares. Os processos administrativos e de produção das empresas, miravam apenas o atendimento do aumento da demanda, derivado da relativa estabilidade e prosperidade, característicos daqueles anos.

Coincidindo com o fim do ciclo militar, eclode forte crise econômica no país, forçando o governo a decretar o que ficou conhecido como “plano cruzado”. Como o citado plano econômico, baseava-se entre outras premissas, em congelamentos de preços e salários, o governo fez apelos emocionados à população, para que funcionassem como fiscais, no cumprimento do tabelamento imposto aos preços; estava lançada a semente da participação popular na exigência de ver assegurados os seus direitos básicos enquanto consumidores.

Infelizmente, como mostra a história, o plano econômico naufragou meses após a sua decretação, mas seus efeitos no plano da noção de cidadania, foram bater às portas do

Congresso Constituinte, colaborando para que os direitos dos consumidores fossem incluídos na pauta das questões constitucionais, então em discussão.

Conforme previsão constitucional, entra em vigor em 11 de setembro de 1990, a Lei 8078/90, denominada de “Código de Defesa do Consumidor”. O efeito, a partir da efetivação do referido código, pode ser observado no início da preocupação, quanto ao que se denomina “Responsabilidade Social”. As empresas, que tinham como objetivo a busca incessante do lucro, passaram a adotar, ainda que de forma compulsória, procedimentos até então desprezados em sua forma de atuação.

Os estrategistas do “marketing” empresarial, passaram a utilizar a correta aplicação dos preceitos estabelecidos pelo CDC, como forma de melhorar a imagem de suas respectivas sociedades empresárias junto ao público consumidor, estimulando assim, outras sociedades empresárias a participar do movimento da valorização do consumidor.

Assim, a lei torna-se diretriz para ética nas práticas empresariais. O sucesso econômico e a solidez financeira não são nada mais que atores participantes de um cenário muito mais vasto, no qual se alinham e entrelaçam preocupações geopolíticas, respeito ao consumidor, bem estar da sociedade como um todo e uma série de outros fatores motivadores de todo um toque empresarial, no qual a empresa deve ser um agente ativo e promotor do bem estar social.

Nas palavras de Luiz Fernando da S. Pinto,

Os códigos éticos constituem um dos pilares fundamentais de toda política no campo da responsabilidade social, tanto de instituições, quanto de corporações. De certa forma, podem ser considerados uma grande força direcionada, para que as empresas, instituições e corporações atuem nesse campo. Aos códigos de ética

*justapõem-se os códigos de procedimentos e de valores, mesmo que concebidos de forma mais restritiva do que aqueles. Mas, a meu ver, não mais do que duas centenas de empresas no país explicitam seus códigos de ética, de procedimentos e de valores*¹².

A idéia de responsabilidade social representa reflexos de uma cultura empresarial, com ênfase na transparência e postura ética, buscando formas de conciliar sucesso econômico com impactos sociais e ambientais, decorrentes da atividade produtiva.

Responsabilidade Social

Um quadro social equilibrado nem sempre decorre do avanço econômico de um país. Os desafios sociais que se tem que enfrentar, muitas vezes agravam-se, mesmo quando há leis e normas governamentais que tentam oferecer o melhor para a sociedade. As rápidas mudanças econômicas nem sempre se revertem em prol da sociedade.

Neste momento, a sociedade organizada sente a necessidade de mobilização, para que haja uma melhoria da qualidade de vida e do bem-estar social, principalmente para reduzir o sofrimento dos que são excluídos. E para que haja uma melhoria nos setores mais necessitados, deve existir uma mobilização econômico-social com a participação desta mesma sociedade.

¹² PINTO, Luiz Fernando da Silva, Gestão cidadã: ações estratégicas para a participação social no Brasil, 2002, p. 132.

Segundo Luiz Fernando da Silva Pinto, “a participação social se dá através de quatro frentes:

- . Programas de assistência social;
- . Comprometimento com balanços sociais;
- . Comprometimento com procedimentos éticos; e
- . Atividades no campo da responsabilidade social.”¹³

O ideal é fazer com que toda sociedade organizada se una aos programas governamentais, ocorrendo uma sinergia para que em conjunto tenham mais efetividade nas ações.

Programas de Assistência Social

Os excluídos não possuem acesso de maneira satisfatória à saúde, educação, saneamento e outros serviços. Com a estagnação econômica, o país não consegue oferecer meios para que seus habitantes possam obter por si próprios melhores condições. Esses excluídos precisam ser inseridos na sociedade organizada, tanto através de programas governamentais, quanto ações de obras filantrópicas, beneficentes, ações empresárias, trabalhos voluntários e outros de cunho não-governamental. Mesmo que o setor governamental aumentasse a sua capacidade, a fim de incluir nos programas um maior número populacional, mesmo assim, ainda teríamos pessoas não inseridas nos programas elaborados pelo governo. Com esta realidade, o setor não-governamental sentiu a

¹³ PINTO, Luiz Fernando da Silva, Gestão cidadã: ações estratégicas para a participação social no Brasil, 2002, p. 16.

necessidade de também atuar, para que a soma dos esforços abrangesse um contingente cada vez maior. A essas ações chamamos de assistência social.

O trabalho da assistência social é realizado com a utilização de recursos, que tanto podem ser financeiros, como de outras formas, dentre as quais, as doações de produtos de empresas, trabalhos voluntários e outros. O objetivo da assistência é fazer com que a pessoa que esteja marginalizada, deixe essa condição e que encontre destino digno, reduzindo a grande massa de necessitados. A filantropia empresarial vem aumentando e participando da melhoria da comunidade junto com a sociedade.

Balancos sociais

Até os anos 60, tinha-se a idéia que o acesso às informações de uma empresa deveria ser restrito, para proteger, inclusive, os dividendos dos sócios. A partir da segunda metade da década de 60, começaram a surgir preocupações ambientais, principalmente na França e Reino Unido. O termo “balanço” veio da ciência contábil, mas cria a idéia errônea que existiria um “ativo” e um “passivo” social e que valores e produtos sócio-ambientais pudessem ter uma mensuração contábil precisa. Esse relatório corporativo veio para responder a crescente cobrança de transparência, além de atuar de forma responsável.

Mas é preciso mostrar resultados. O relatório sócio-ambiental deve prestar contas aos acionistas das empresas, aos consumidores, empregados, sindicatos e ONGs. Portanto um Balanço Social deve trazer a verdade, estar acessível ao público e de maneira clara.

Para uma empresa ter vantagem comparativa em relação à outra, ela deve agir de maneira transparente, provando estar se portando de modo sincero e leal quando detectadas deficiências e, conseqüentemente, aprimorar suas ações, possibilitando a prevenção de riscos, como impactos ambientais ou processos judiciais.

Várias empresas divulgam sua performance social e ambiental voluntariamente, sabendo que, futuramente, esses relatórios serão obrigatórios, já que a globalização traz também a necessidade de transparência.

Citando dois modelos de relatórios ambientais, temos:

1- O Globo Reporting Initiative (GRI) que tem o apoio das Nações Unidas e é utilizado pelas empresas multinacionais.

2- O Instituto Brasileiro de análises Sociais e Econômicas (IBASE), que reúne informações sobre projetos, benefícios e ações sociais.

Mas além dos balanços sociais feitos pelas empresas, há também os certificados realizados por auditores independentes, que atestam a boa prática empresarial. A necessidade dos consumidores mais preocupados com a forma com que os produtos são produzidos, pressionam empresas por produtos e serviços socialmente corretos, fazendo que as mesmas se submetam a normas das entidades certificadoras, alterando os processos de formulação interna.

Dentre os certificados temos:

ISO 14000: onde a *International Organization for Standardization* dá relevância às ações ambientais da empresa;

AA 1000: criado pelo *Institute of Social and Ethical Accountability*, enfocando principalmente a relação da empresa com seus diversos parceiros.

AS 8000: a “*Social Accountability 8000*” foi criada pelo *Council on Economic Priorities Accreditation Agency* (CEPAA), enfocando basicamente as relações de trabalhos.

Procedimentos éticos

As transformações sócio-econômicas vêm atingindo o comportamento das organizações que estavam acostumadas unicamente na maximização do lucro. Códigos éticos surgem com força direcionadora, para que as empresas e instituições atuem de melhor forma.

Atualmente no Brasil, existem empresas que explicitam seus códigos de ética, de procedimentos e de valores. Isso quer dizer que a responsabilidade social não se resume aos financiamentos de projetos sociais de retorno imediato para empresa. É uma postura global em todas as relações, seja com clientes, fornecedores, trabalhadores, governos e meio ambiente.

Apesar da importância dada ao lucro como única finalidade ser bastante alta, percebe-se também o crescimento da idéia de que para uma empresa, não basta ter um produto ou serviço de qualidade, mas também demonstrar a proteção com o meio ambiente, transparência em seus negócios administrativos e contribuições para o desenvolvimento social.

A responsabilidade social é tema de discussões nas empresas, no governo, nas universidades e até na mídia. Caso uma empresa explorasse a mão de obra infantil ou causasse a degradação do ambiente, como aconteceu a pouco tempo, com o vazamento de produtos químicos no Rio Pomba, seria vista de forma negativa, o que poderia trazer grandes prejuízos financeiros.

A simples adoção de programas de Responsabilidade Social não é o bastante para que uma empresa agregue valor à imagem institucional, porque o resultado não é duradouro. Para ser reconhecida como socialmente responsável deve-se estar ligada a verdadeiros propósitos éticos.

A atitude ética das empresas traz mudanças, inclusive, no valor de suas ações. Um dos elementos utilizados pelos analistas financeiros é a Responsabilidade Social¹⁴, e o interesse por investimentos socialmente responsáveis tem crescido. No Brasil, o primeiro fundo de investimentos em empresas socialmente responsáveis é o “Fundo Ethical”, criado pelo Banco ABN Amro em novembro de 2001.

Atividades no campo de Responsabilidade Social

No nosso país, existe uma grande parcela excluída do consumo, a miséria crescente vem fazendo com que os indivíduos percam a sua cidadania. O governo não consegue cumprir sua tarefa. Empresas que poderiam se eximir destas responsabilidades - ajudam na

¹⁴ Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Reflexão: os novos desafios da responsabilidade social empresarial. São Paulo, Ano 2, nº 5, Julho/2001, p. 12

reconstrução social, juntamente com organizações não-governamentais - vêm obtendo resultados que já podem ser notados; e outros, só com o decorrer do tempo serão avaliados.

Conclusão

O CDC aí está. Suas normas representam avanços e relevantes conquistas para a reeducação ou educação de fornecedores e consumidores. Com o Advento do CDC, busca-se um aperfeiçoamento, aprimoramento e equilíbrio das relações de consumo, atuando na prevenção e na repressão aos abusos por parte do fornecedor de bens e serviços.

É certo que com a globalização, houve uma transformação econômica e uma maior conscientização em nível mundial, principalmente com o advento da Internet. Daí a importância e a preocupação com a proteção do consumidor ser universal.

Para Hélio Zaghetto Gama, “O Código de Defesa do Consumidor tem surpreendido aos estudiosos do direito pela forma abrangente que revela na condição de estatuto protecionista. Os seus mecanismos, postos para serem aplicados pelas pessoas envolvidas na relação de consumo, pelas autoridades administrativas e pelo Poder Judiciário, visam às (sic) proteções desejadas pela lei e pela sociedade.”¹⁵

E é dentro de todo esse contexto político e sócio-econômico, que nasce a idéia de Responsabilidade Social, que aos poucos vai sendo assimilada e enraizada pela classe empresária.

¹⁵ ZAGUETTO GAMA, Hélio, Curso de direito do consumidor, 2000, p. 124.

Referências Bibliográficas

Arquivos do Centro de Fundação Procon. São Paulo: [197?].

Arquivo Histórico de Salvador. Bahia: [15_].

ZAGUETTO GAMA, Hélio. **Curso de direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

BRITO FILOMENO, José Geraldo. **Manual de direitos do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas 2001.

GABRIEL SAAD, Eduardo. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Ltr, 1999.

LUCCA, Newton de. **Instituto brasileiro de política e direito do consumidor: aspectos práticos - perguntas e respostas**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, v.10, 1995.

PINTO, Luiz Fernando Da Silva. **Gestão cidadã: ações estratégicas para a participação social no Brasil**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

<http://www.balancosocial.org.br>, acessado em 15/09/2003.

<http://www.ethos.org.br>, acessado em 29/09/2003.

<http://www.globalreporting.org>, acessado em 22/09/2003

<http://www.responsabilidadesocial.com.br>, acessado em 23/09/2003