

IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

**DIREITO AMBIENTAL, AGRÁRIO E
SOCIOAMBIENTALISMO III**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Educação Jurídica

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito ambiental, agrário e socioambientalismo III [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Beatriz Souza Costa; Marcia Andrea Bühring; Jerônimo Siqueira Tybusch – Florianópolis: CONPEDI, 2026.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-615-3

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Constituição, Processo e Justiça Social: o papel da jurisdição constitucional na efetivação de direitos

2. Direito ambiental. 3. Socioambientalismo. IX Encontro Virtual do CONPEDI (2: 2026: Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO AMBIENTAL, AGRÁRIO E SOCIOAMBIENTALISMO III

Apresentação

DIREITO AMBIENTAL, AGRÁRIO E SOCIOAMBIENTALISMO III

O Direito Ambiental contemporâneo atravessa um momento de profunda reconfiguração teórica e normativa, impulsionado pela intensificação da crise climática, pelo agravamento das desigualdades socioambientais e pela consolidação de abordagens críticas que desafiam paradigmas jurídicos tradicionais. Nesse cenário, evidencia-se que a proteção do meio ambiente não pode ser dissociada de dimensões estruturais como justiça social, direitos humanos, governança democrática, colonialidade e sustentabilidade global.

A presente obra, intitulada “Direito Ambiental, Agrário e Socioambientalismo III”, organizada pelos professores Jerônimo Siqueira Tybusch (Universidade Federal de Santa Maria); Beatriz Souza Costa (Centro Universitário Dom Helder) e Marcia Andrea Bühring (PUCRS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul), reúne contribuições que articulam diferentes perspectivas teóricas e empíricas sobre os desafios contemporâneos do Direito Ambiental, Agrário e Socioambiental, especialmente diante das transformações provocadas pela crise ecológica global.

Nessa esteira foram desenvolvidos os seguintes capítulos:

Sob a perspectiva do constitucionalismo ambiental, Anselmo Paganella da Rosa, Daiane Borowicc e Marina Panazzolo, no capítulo “A Interconexão da Estrutura dos Princípios Ambientais na Constituição de 1988: Uma Análise do Desenvolvimento Sustentável, da Solidariedade Intergeracional e da Função Socioambiental da Propriedade”, analisam a

potencialidades do processo estrutural para o enfrentamento de conflitos socioambientais complexos decorrentes da deriva do herbicida 2,4-D. A partir de uma ação civil pública paradigmática, os autores demonstram como mecanismos processuais inovadores podem promover transformações institucionais voltadas à efetividade da proteção ambiental e ao fortalecimento da participação social.

Sob uma perspectiva interdisciplinar de justiça socioambiental, Raquel Rodrigues Parreira, no capítulo “Justiça Ambiental no Brasil: Interseções entre Meio Ambiente, Justiça Social, Bioética e Registro Civil”, examina as conexões entre meio ambiente, justiça social, bioética e registro civil, evidenciando como a vulnerabilidade de populações tradicionais e a ausência de documentação comprometem o acesso a direitos e aos mecanismos de reparação ambiental. A autora propõe uma abordagem integrada entre cidadania e proteção ambiental, ampliando a compreensão da justiça socioambiental no contexto brasileiro.

No contexto do federalismo ecológico, Ellen Patricia Braga Pantoja e Saiane Oliveira Costa, no capítulo “Pulverização Aérea de Agrotóxicos no Maranhão: Conflitos Socioambientais e Respostas Normativas Locais à Luz do Federalismo Ecológico”, analisam os impactos socioambientais da pulverização aérea de agrotóxicos e as respostas legislativas municipais voltadas à proteção das comunidades locais. As autoras destacam o protagonismo dos municípios na defesa da saúde e do meio ambiente, reforçando a importância do princípio da precaução e da autonomia local na governança ambiental.

Na interface entre inovação tecnológica e sustentabilidade, Viviane Cristina Martiniuk, Bárbara Sachse e Danilo de Oliveira Silva, no capítulo “IA Verde e a Função Socioambiental da Propriedade: Algoritmos a Serviço da Sustentabilidade no Campo”, exploram as possibilidades da Inteligência Artificial Verde para a promoção da sustentabilidade na agricultura familiar. Os autores demonstram como algoritmos de baixo impacto energético podem fortalecer a gestão ambiental da propriedade rural, propondo um modelo de governança tecnológica pautado na transparência, na soberania dos dados e na efetivação da

Sob uma perspectiva ecofeminista, Daiane Borowicc e Marina Panazzolo, no capítulo “Mulheres Rurais e Proteção da Biodiversidade: A Agricultura Familiar e os Movimentos de Mulheres no Campo sob Perspectiva Ecofeminista”, destacam o protagonismo das mulheres rurais na conservação da biodiversidade. As autoras evidenciam a relevância da agricultura familiar, dos saberes tradicionais e dos movimentos sociais femininos na promoção da soberania alimentar, da justiça socioambiental e da sustentabilidade.

No campo do constitucionalismo ambiental, Rodrigo Piazza Machado, Carlos Alberto Lunelli e Andrielle Barboza Bernart, no capítulo “O Princípio da Proibição de Retrocesso Ambiental como Expressão de Constitucionalismo Climático”, analisam a consolidação da proteção ambiental como direito fundamental. O estudo demonstra a vedação ao retrocesso ambiental como instrumento essencial para a preservação de conquistas jurídicas diante da emergência climática.

A partir da interface entre direitos humanos e conflitos agrários, Maria Isabely Silva de Medeiros Leal e Maria Isabel Queiroz dos Santos, no capítulo “O Papel Estratégico da Corte Interamericana de Direitos Humanos sobre a Violência Agrária contra Trabalhadores Rurais: Casos ‘Garibaldi’ e ‘Da Silva e Outros vs. Brasil’”, examinam a jurisprudência da Corte IDH em casos envolvendo o Brasil. As autoras ressaltam a importância da atuação internacional na visibilização da violência no campo e na consolidação de padrões protetivos aos trabalhadores rurais.

Em perspectiva de governança dos recursos naturais, Matheus Cavalcante Lima, no capítulo “Governança Hídrica Brasileira: Mecanismo de Democratização Sustentável do Acesso à Água em um Contexto de Mudanças Climáticas”, analisa os desafios da gestão hídrica no Brasil. O autor enfatiza o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos como instrumento de promoção da segurança hídrica e redução das desigualdades no acesso à água.

Sob uma leitura crítica decolonial, Mario Jorge Philocreon de Castro Lima e Risomar Gomes

meio ambiente. O estudo demonstra que a participação popular fortalece a cidadania ambiental e contribui para a construção de uma governança mais democrática e inclusiva.

No debate sobre discurso corporativo e responsabilidade ambiental, Rayssa de Fátima Souza Oliveira e Jazam Santos, no capítulo “A Humanização Corporativa como Discurso: Instrumento Real ou Estratégia de Greenwashing na Efetivação do Direito Ambiental”, analisam criticamente o uso de estratégias discursivas por agentes econômicos na construção de uma imagem de sustentabilidade. O estudo problematiza se tais práticas representam efetiva responsabilidade ambiental ou apenas mecanismos de greenwashing.

No debate sobre justiça climática, Alan Pinheiro da Luz Silva e Fabricio Vasconcelos de Oliveira, no capítulo “Mercado de Carbono e Justiça Climática: Impactos sobre Populações Vulneráveis e Comunidades Tradicionais à Luz dos Direitos Fundamentais e da Agenda 2030”, avaliam a compatibilidade desse instrumento com os direitos fundamentais e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Os autores defendem que sua legitimidade depende da implementação de salvaguardas socioambientais, transparência institucional e proteção efetiva de comunidades tradicionais.

Em perspectiva de inovação regulatória no saneamento básico, Débora Gomes Galvão, no capítulo “Territorialização do ODS 6 e Governança Regulatória no Saneamento Básico: O Modelo de Atendimento às Populações Rurais Dispersas no Estado do Piauí”, analisa o modelo piauiense de atendimento às populações rurais dispersas como experiência de territorialização do ODS 6. A autora destaca a importância da regionalização, da regulação infranacional e de soluções alternativas de abastecimento como mecanismos de universalização do saneamento em territórios de baixa densidade populacional.

Sob a ótica do Direito Transnacional, Luana Cruz de Araújo e Mônica Nazaré Picanço Dias, no capítulo “A Insuficiência da Sanção Pecuniária Ambiental à Luz do Direito Transnacional: O Replantio como Instrumento de Reparação Integral na Amazônia”, criticam

científico e para o fortalecimento de práticas jurídicas comprometidas com a justiça socioambiental em escala local, regional e global. Ressalta-se, ainda, que a presente coletânea foi elaborada no âmbito do IX Encontro Virtual do CONPEDI, espaço de reconhecida relevância acadêmica dedicado à difusão e ao aprofundamento das pesquisas jurídicas no Brasil, o que reforça seu caráter científico e a pluralidade de perspectivas aqui reunidas.

Junho/2026

Jerônimo Siqueira Tybusch (UFSM - Universidade Federal de Santa Maria)

Beatriz Souza Costa (Centro Universitário Dom Helder)

Marcia Andrea Bühring (PUCRS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul)

A HUMANIZAÇÃO CORPORATIVA COMO DISCURSO: INSTRUMENTO REAL OU ESTRATÉGIA DE GREENWASHING NA EFETIVAÇÃO DO DIREITO AMBIENTAL?

CORPORATE HUMANIZATION AS DISCOURSE: REAL INSTRUMENT OR GREENWASHING STRATEGY IN THE IMPLEMENTATION OF ENVIRONMENTAL LAW?

Rayssa de Fátima Souza Oliveira ¹
Jazam Santos ²

Resumo

Diante da intensificação do debate acerca da sustentabilidade e das crescentes exigências por práticas empresariais éticas e ambientalmente responsáveis, observa-se a ascensão do discurso da humanização corporativa como elemento central na atuação de diversas organizações. Inserido nesse contexto, o presente artigo tem como objetivo analisar a humanização corporativa no âmbito das práticas empresariais contemporâneas, buscando responder ao seguinte problema de pesquisa: a humanização corporativa constitui um instrumento efetivo de concretização dos princípios do Direito Ambiental ou se configura, predominantemente, como estratégia discursiva de greenwashing? Para tanto, foram definidos três objetivos específicos: (i) examinar o conceito de humanização corporativa e sua relação com a responsabilidade socioambiental das empresas; (ii) analisar a incorporação dos princípios do Direito Ambiental nas práticas empresariais e nas políticas de sustentabilidade; e (iii) investigar criticamente a ocorrência de greenwashing, especialmente no que se refere à discrepância entre o discurso institucional e a efetiva atuação ambiental das empresas. Parte-se da hipótese de que, embora a humanização corporativa represente avanço na incorporação de valores éticos e socioambientais, sua aplicação prática ainda é limitada, sendo frequentemente utilizada como instrumento de legitimação institucional, aproximando-se de estratégias associadas ao greenwashing. A pesquisa adota o método dedutivo, com abordagem qualitativa, baseada em revisão bibliográfica e análise legislativa. Busca-se, assim, contribuir para o debate sobre os limites e as potencialidades da atuação empresarial

organizations. Within this context, this article aims to analyze corporate humanization in the scope of contemporary business practices, seeking to answer the following research question: does corporate humanization constitute an effective tool for implementing the principles of Environmental Law, or does it predominantly function as a discursive strategy of greenwashing? To this end, three specific objectives were defined: (i) to examine the concept of corporate humanization and its relationship with the socio-environmental responsibility of companies; (ii) to analyze the incorporation of Environmental Law principles into business practices and sustainability policies; and (iii) to critically investigate the occurrence of greenwashing, especially regarding the discrepancy between institutional discourse and the actual environmental performance of companies. The hypothesis is that, although corporate humanization represents progress in the incorporation of ethical and socio-environmental values, its practical application is still limited, often being used as an instrument of institutional legitimation, approaching strategies associated with greenwashing. The research adopts a deductive method, with a qualitative approach, based on a literature review and legislative analysis. Thus, it seeks to contribute to the debate on the limits and potentialities of corporate action in promoting environmental protection.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Corporate humanization, Environmental law, Greenwashing, Social and environmental responsibility, Principles

1. Introdução

A intensificação dos problemas ambientais nas últimas décadas, aliada ao aumento da conscientização social acerca dos limites ecológicos do desenvolvimento econômico, tem provocado profundas transformações na forma como a atividade empresarial é compreendida e avaliada. A empresa, antes concebida prioritariamente como instrumento de geração de lucro, passa a ser progressivamente reconhecida como agente dotado de responsabilidade social e ambiental, cujas decisões impactam diretamente a coletividade e os recursos naturais.

Nesse cenário, amplia-se a exigência por modelos empresariais mais comprometidos com valores éticos, com a dignidade humana e com a preservação do meio ambiente. É nesse contexto que emerge a noção de humanização corporativa, expressão que vem sendo amplamente utilizada para designar um modelo de gestão que procura conciliar desempenho econômico com a promoção de valores sociais e ambientais. Tal perspectiva sugere uma reconfiguração do papel da empresa, que passa a ser concebida não apenas como ente econômico, mas também como sujeito comprometido com a construção de uma ordem social mais justa e ambientalmente equilibrada.

Sob esse viés, cumpre salientar que a expansão desse discurso não ocorre de forma linear ou isenta de críticas. Isso porque a crescente incorporação de elementos relacionados à sustentabilidade no âmbito empresarial também levanta questionamentos quanto à autenticidade dessas práticas, especialmente diante da possibilidade de utilização estratégica dessas narrativas como forma de fortalecimento da imagem institucional. Nesse sentido, ganha relevância o debate acerca do fenômeno conhecido como *greenwashing*, caracterizado pela divulgação de informações ambientais enganosas ou exageradas, capazes de induzir o público a uma percepção distorcida acerca do desempenho ambiental das empresas.

Diante dessas considerações, o presente artigo tem como objetivo analisar a humanização corporativa no contexto das práticas empresariais contemporâneas, buscando responder ao seguinte questionamento: a humanização corporativa constitui um instrumento efetivo de concretização dos princípios do Direito Ambiental ou se configura, predominantemente, como estratégia discursiva de *greenwashing*? Trata-se de uma problemática relevante, na medida em que envolve a própria credibilidade das práticas sustentáveis e a efetividade dos mecanismos de proteção ambiental no âmbito da atividade econômica.

Assim, parte-se da hipótese de que, embora a humanização corporativa represente um avanço na incorporação de valores éticos, sociais e ambientais à atividade empresarial, sua concretização prática ainda ocorre de forma limitada, sendo frequentemente utilizada como mecanismo de legitimação institucional e fortalecimento da imagem corporativa, sem que haja, necessariamente, mudanças estruturais efetivas voltadas à proteção ambiental.

Para o desenvolvimento dessa análise, o estudo foi estruturado em três objetivos específicos. Em um primeiro momento, procede-se à delimitação conceitual da humanização corporativa, examinando suas bases teóricas e sua relação com a responsabilidade socioambiental das empresas. Busca-se compreender de que forma esse conceito se insere na evolução do pensamento jurídico e empresarial, especialmente no que se refere à superação da lógica exclusivamente lucrativa e à incorporação de valores voltados ao interesse coletivo.

Na sequência, o trabalho dedica-se à análise dos princípios do Direito Ambiental e à sua aplicação no contexto das atividades empresariais. Nesse ponto, são abordadas diretrizes, com o objetivo de verificar de que maneira os princípios vêm sendo incorporados nas práticas corporativas e nas políticas institucionais voltadas à sustentabilidade. Essa etapa é fundamental para compreender se a atuação empresarial contemporânea efetivamente dialoga com os parâmetros jurídicos estabelecidos para a proteção do meio ambiente.

Outrossim, realiza-se uma análise crítica das práticas empresariais à luz do fenômeno do *greenwashing*, com o intuito de identificar possíveis inconsistências entre o discurso institucional e a realidade operacional das organizações. Busca-se, nesse contexto, avaliar em que medida a humanização corporativa se traduz em ações concretas de proteção ambiental ou se permanece restrita ao plano retórico, funcionando como estratégia de construção de reputação.

A pesquisa adota o método dedutivo, o qual consiste na construção de um raciocínio lógico, em que para chegar a uma conclusão específica, utiliza-se uma ideia generalista, isto é, parte de argumentos gerais, para argumentos particulares. Além disso, o trabalho possui abordagem qualitativa, caracterizada pela interpretação do objeto estudado, permitindo uma investigação mais aprofundada e crítica da realidade analisada (Mezzaroba & Monteiro, 2009, p. 78).

Por fim, a pesquisa se desenvolve a partir de revisão bibliográfica e exame da legislação pertinente. A escolha dessa metodologia justifica-se pela natureza do problema

investigado, que demanda análise crítica de conceitos, normas e práticas, bem como pela ainda limitada produção empírica consolidada sobre o tema.

Importa destacar que a discussão proposta se insere em um campo relativamente recente de investigação, no qual ainda não há consenso consolidado na doutrina, o que reforça a necessidade de aprofundamento teórico e crítico. Ao mesmo tempo, a crescente presença do discurso da sustentabilidade no ambiente corporativo evidencia a relevância prática do tema, especialmente diante dos impactos que as atividades empresariais exercem sobre o meio ambiente e sobre a sociedade.

Assim, o presente estudo pretende contribuir para a reflexão acerca dos limites e das potencialidades da humanização corporativa, examinando criticamente sua capacidade de promover transformações efetivas na atuação empresarial. Ao problematizar a relação entre discurso e prática, busca-se oferecer subsídios para a construção de um modelo de desenvolvimento que seja, ao mesmo tempo, economicamente viável, socialmente justo e ambientalmente sustentável.

2. A humanização corporativa e sua relação com a responsabilidade socioambiental

João Pinheiro de Barros Neto e Roberto Moreira do Nascimento Rodrigues (2026) lecionam que, nas últimas décadas, a intensificação da crise ambiental e a crescente pressão social por práticas empresariais sustentáveis têm impulsionado uma reconfiguração no modo como as corporações se apresentam e atuam no mercado. Nesse cenário, emerge o discurso da chamada humanização corporativa ou empresa humanizada, associado à adoção de valores éticos, responsabilidade socioambiental e compromisso com o desenvolvimento sustentável.

A relação entre empresas humanizadas e capitalismo consciente é intrinsecamente conectada. Ambas as abordagens compartilham o objetivo de promover práticas comerciais éticas e sustentáveis, que consideram os impactos a longo prazo das atividades empresariais. Empresas humanizadas frequentemente adotam princípios do capitalismo consciente, como a criação de valor para todos os stakeholders e a responsabilidade ambiental (NETO, RODRIGUES, 2026, p. 4)

Tal movimento, frequentemente articulado a estratégias de governança e sustentabilidade, sugere uma transição da lógica estritamente lucrativa para uma atuação empresarial mais alinhada aos princípios do direito ambiental. Diante disso, torna-se imprescindível, inicialmente, delimitar o conceito de humanização corporativa e examinar sua relação com a responsabilidade socioambiental das organizações.

2.1. Conceito de humanização corporativa

Para Sylvia Constant Vergara e Paulo Durval Branco (2001), empresa humanizada pode ser definida como aquela que agrega valores para além do retorno financeiro aos acionistas, voltando-se também ao bem-estar dos trabalhadores, consumidores e do meio ambiente. Tal perspectiva amplia a função empresarial e aproxima a atividade econômica de compromissos éticos e socioambientais. Assim, os autores registram:

Entende por empresa humanizada aquela que, voltada para seus funcionários e/ou para o ambiente, agrega outros valores que não somente a maximização do retorno para os acionistas. Nesse sentido, são mencionadas empresas que, no âmbito interno, promovem a melhoria na qualidade de vida e de trabalho, visando à construção de relações mais democráticas e justas, mitigam as desigualdades e diferenças de raça, sexo ou credo, além de contribuírem para o desenvolvimento e crescimento das pessoas (VERGARA, BRANCO, 2001, p.1).

Por outro lado, sob uma perspectiva crítica, a humanização do capital pode ser compreendida como resposta às externalidades negativas produzidas pelo capitalismo contemporâneo e, assim, o lucro empresarial deve estar subordinado à promoção do bem-estar coletivo e à proteção de direitos fundamentais. Sob esse viés, Jeferson Sousa Oliveira e Marcelo Benacchio dissertam:

Conclui-se assim, que a humanização da atividade econômica reflete uma necessidade moderna, pois a obtenção de lucro sem a promoção do bem-estar social não se justifica, principalmente quando exige o sacrifício de elementos que compõem a dignidade humana (OLIVEIRA, BENACCHIO, 2018, p. 15).

A discussão acerca da humanização corporativa também pode ser compreendida a partir da função social da empresa, princípio que relativiza a concepção tradicional da atividade econômica voltada exclusivamente à obtenção de lucro. No ordenamento jurídico brasileiro, tal compreensão encontra respaldo no artigo 170 da Constituição Federal de 1988, ao estabelecer que a ordem econômica deve assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observando princípios como a defesa do meio ambiente e a função social da propriedade. Nesse sentido, a atividade empresarial passa a assumir deveres que ultrapassam os interesses privados dos sócios, devendo compatibilizar desenvolvimento econômico, justiça social e preservação ambiental.

Desse modo, observa-se que a humanização corporativa representa uma releitura do papel social da empresa na contemporaneidade, ao propor que a atividade econômica seja exercida em consonância com valores éticos, sociais e ambientais. Contudo, a consolidação desse modelo depende da efetiva incorporação de práticas que ultrapassem o plano discursivo e demonstrem compromisso real com os impactos gerados pela atividade empresarial.

Nesse contexto, torna-se imprescindível analisar de que forma a humanização corporativa se relaciona com a responsabilidade socioambiental das empresas, especialmente no que se refere à adoção de medidas concretas voltadas à sustentabilidade e à proteção do meio ambiente.

2.2. A relação entre a humanização corporativa e a responsabilidade socioambiental das empresas

A responsabilidade socioambiental empresarial pode ser compreendida como o compromisso das organizações em adotar medidas capazes de minimizar danos ambientais, promover condições dignas de trabalho e contribuir para o desenvolvimento sustentável. Trata-se de uma postura que exige das empresas maior transparência, adoção de práticas sustentáveis e internalização dos custos ambientais decorrentes de sua atividade econômica.

Nesse contexto, Archie B. Carroll (1991) desenvolveu a teoria da responsabilidade social corporativa por meio da denominada Pirâmide da Responsabilidade Social Empresarial, segundo a qual as empresas possuem responsabilidades econômicas, legais, éticas e filantrópicas. Para o autor, a atuação empresarial não deve se limitar à obtenção de lucro e ao cumprimento da legislação, mas também envolver comportamentos éticos e contribuições sociais positivas. Ao tratar da dimensão ética da responsabilidade empresarial, Carroll afirma:

Ethical responsibilities embody those standards, norms, or expectations that reflect a concern for what consumers, employees, shareholders, and the community regard as fair, just, or in keeping with the respect or protection of stakeholders' moral rights (CARROLL, 1991, p. 41).

Em tradução livre, significa que as responsabilidades éticas incorporam padrões e expectativas relacionados àquilo que consumidores, empregados, acionistas e a comunidade consideram justo e compatível com a proteção dos direitos morais das partes interessadas. Tal perspectiva reforça a ideia de que empresas humanizadas devem assumir compromissos que ultrapassem interesses meramente mercadológicos, incorporando valores éticos e socioambientais em sua atuação.

No ordenamento jurídico brasileiro, essa responsabilidade encontra respaldo no artigo 225 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, o qual dispõe:

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações (BRASIL, 1988).

Nesse sentido, é evidente que o dispositivo consagra o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental de todos, bem como impõe à coletividade o dever de preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

Em complemento, a Lei nº 6.938/1981 (Política Nacional do Meio Ambiente) instituiu mecanismos de prevenção e responsabilização por danos ambientais, reforçando que o exercício da atividade econômica deve observar limites ecológicos e sociais.

Art 2º - A Política Nacional do Meio Ambiente tem por objetivo a preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental propícia à vida, visando assegurar, no País, condições ao desenvolvimento sócio-econômico, aos interesses da segurança nacional e à proteção da dignidade da vida humana[...] (BRASIL, 1981).

No âmbito internacional, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento representou importante marco para o fortalecimento da sustentabilidade empresarial ao consolidar o conceito de desenvolvimento sustentável e estimular a adoção de práticas corporativas ambientalmente responsáveis. Mais recentemente, políticas de ESG (*Environmental, Social and Governance*) também passaram a influenciar a atuação empresarial, exigindo maior comprometimento com critérios ambientais, sociais e de governança.

Dessa forma, verifica-se que a responsabilidade socioambiental representa uma das principais formas de concretização da humanização corporativa, na medida em que transforma valores abstratos em ações efetivas voltadas à proteção ambiental e ao bem-estar coletivo.

3. A incorporação dos princípios do direito ambiental nas práticas empresariais e nas políticas de sustentabilidade

A crescente exigência por condutas empresariais ambientalmente responsáveis evidencia que a adoção de práticas sustentáveis não decorre apenas de iniciativas voluntárias das organizações, mas também da necessidade de observância dos parâmetros jurídicos estabelecidos pelo ordenamento ambiental. Nesse contexto, os princípios do Direito Ambiental assumem papel central na orientação da atividade econômica, uma vez que estabelecem diretrizes destinadas à compatibilização entre desenvolvimento econômico, preservação dos recursos naturais e proteção das presentes e futuras gerações.

Os princípios de Direito Ambiental, por estarem inseridos na ordem constitucional, sob esta forma principiológica, assumem também uma função normativa e valorativa dentro da ordem jurídica, sendo, dessa forma, mais uma caracterização do Estado de Direito Ambiental. Nesse sentido, há que se verificar uma série de benefícios que a constitucionalização de princípios ambientais traz para a estrutura contemporânea do Estado de Direito (FERRI, GRASSI. p.207)

Assim, torna-se necessário analisar, inicialmente, os principais princípios ambientais aplicáveis à atividade empresarial e, posteriormente, verificar de que forma tais diretrizes vêm sendo incorporadas nas práticas corporativas e nas políticas de sustentabilidade.

3.1. Os princípios do direito ambiental como parâmetros de orientação da atividade empresarial

Paulo de Bessa Antunes, em sua obra “Direito Ambiental” (2010), disserta que o Direito Ambiental brasileiro é estruturado, dentre outros, por princípios que orientam a interpretação e aplicação das normas voltadas à tutela do meio ambiente ecologicamente equilibrado. Tais princípios exercem papel fundamental diante dos impactos causados pelas atividades econômicas sobre os recursos naturais, funcionando como verdadeiros parâmetros jurídicos para limitar condutas empresariais potencialmente degradantes.

Entre os principais princípios aplicáveis à atividade empresarial destaca-se o princípio do desenvolvimento sustentável, amplamente difundido no ordenamento jurídico brasileiro após a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e incorporado pela interpretação do artigo 225 da Constituição Federal de 1988. Tal princípio busca harmonizar crescimento econômico, proteção ambiental e justiça social, estabelecendo que o desenvolvimento não pode ocorrer às custas da degradação irreversível dos recursos naturais.

Outro princípio de grande relevância é o da prevenção, aplicável quando os riscos ambientais decorrentes de determinada atividade já são cientificamente conhecidos. Tal princípio, disposto no artigo 225, §1º, IV, da Constituição Federal, impõe a adoção de medidas antecipadas para evitar danos ambientais previsíveis, justificando instrumentos como o licenciamento ambiental e o estudo prévio de impacto ambiental.

[...] § 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao Poder Público:[...] IV - exigir, na forma da lei, para instalação de obra ou atividade potencialmente causadora de significativa degradação do meio ambiente, estudo prévio de impacto ambiental, a que se dará publicidade (BRASIL, 1988).

De igual modo, destaca-se o princípio da precaução, aplicado nas hipóteses em que ainda não há certeza científica absoluta sobre os impactos ambientais de determinada atividade. Esse princípio foi expressamente consolidado no Princípio 15 da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e determina que a ausência de certeza científica não pode justificar a omissão estatal ou empresarial diante de riscos ambientais relevantes.

Princípio 15: Para que o ambiente seja protegido, será aplicada pelos Estados, de acordo com as suas capacidades, medidas preventivas. Onde existam ameaças de riscos sérios ou irreversíveis não será utilizada a falta de certeza científica total como razão para o adiamento de medidas eficazes em termos de custo para evitar a degradação ambiental (ONU, 1992).

Também merece destaque o princípio do poluidor-pagador, previsto na Lei nº 6.938/1981, segundo o qual o agente responsável pela degradação ambiental deve arcar com os custos da prevenção, reparação e compensação dos danos causados. Tal princípio reforça a responsabilização das empresas por eventuais impactos negativos decorrentes de suas atividades.

Art. 4º - A Política Nacional do Meio Ambiente visará: [...] VII - à imposição, ao poluidor e ao predador, da obrigação de recuperar e/ou indenizar os danos causados, e ao usuário, de contribuição pela utilização de recursos ambientais com fins econômicos. (BRASIL, 1981).

Dessa forma, os princípios do Direito Ambiental configuram-se como instrumentos jurídicos essenciais para orientar e limitar a atuação empresarial, exigindo que o desenvolvimento econômico ocorra em consonância com a proteção dos recursos naturais. Mais do que diretrizes abstratas, tais princípios possuem eficácia normativa e aplicabilidade concreta, influenciando diretamente a formulação de políticas públicas, a atuação dos órgãos de controle e as decisões judiciais em matéria ambiental.

3.2. A incorporação dos princípios ambientais nas práticas empresariais e nas políticas de sustentabilidade

A incorporação dos princípios ambientais no âmbito empresarial deve ser compreendida para além do mero cumprimento formal da legislação, na medida em que tais princípios orientam não apenas a interpretação do Direito Ambiental, mas também a construção crítica de práticas institucionais e modelos de gestão comprometidos com a mitigação dos impactos decorrentes da atividade econômica.

Nesse sentido parece se encontrar a necessidade de que o direito, na esfera normativa, imponha obrigações aos indivíduos e instituições para a preservação e manutenção do meio ambiente. Assim, ganha destaque a discussão sobre uma outra forma de Estado: o Estado de Direito Ambiental. (FERRI, GRASSI, p. 204).

Nesse contexto, o licenciamento ambiental, previsto na Política Nacional do Meio Ambiente e regulamentado por resoluções do Conselho Nacional do Meio Ambiente, representa um dos principais mecanismos de concretização do princípio da prevenção, ao exigir análise prévia dos impactos ambientais antes da instalação de empreendimentos potencialmente

poluidores. Assim, trata-se de instrumento que obriga o setor empresarial a antecipar riscos e adotar medidas mitigadoras antes mesmo do início de suas atividades.

Além disso, a Lei nº 12.305/2010 (Política Nacional de Resíduos Sólidos), especialmente em seus artigos 30 e 33, reforçou a necessidade de adoção de práticas empresariais sustentáveis ao instituir a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, incentivando medidas como logística reversa, reaproveitamento de materiais e destinação ambientalmente adequada de resíduos.

Art. 30. É instituída a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, a ser implementada de forma individualizada e encadeada, abrangendo os fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, os consumidores e os titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo de resíduos sólidos, consoante as atribuições e procedimentos previstos nesta Seção.

[...]

Art. 33. São obrigados a estruturar e implementar sistemas de logística reversa, mediante retorno dos produtos após o uso pelo consumidor, de forma independente do serviço público de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos, os fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes de: [...] (BRASIL, 2010).

Assim, esse modelo traduz, na prática, o princípio do poluidor-pagador, ao atribuir às empresas a responsabilidade pelos impactos gerados por seus produtos mesmo após o consumo.

Ademais, dados recentes indicam que empresas que adotam práticas ambientais, sociais e de governança tendem a apresentar maior resiliência econômica e melhor reputação institucional, evidenciando que a sustentabilidade deixou de ser apenas um diferencial competitivo para se tornar um elemento central na gestão empresarial contemporânea. Sobre esse tema, o artigo “Desempenho financeiro das empresas listadas na bolsa de valores do Brasil, Bolsa, Balcão (B3) e sua relação com ESG e ODS: uma análise dos últimos anos” registra:

Os resultados obtidos evidenciaram diferenças estatisticamente significativas no desempenho financeiro entre empresas que adotam práticas sustentáveis e aquelas que não o fazem, especialmente nos indicadores de retorno sobre patrimônio líquido (ROE) e valorização de mercado (BTM) (COSTA; CAVALCANTI; CONFESSOR, 2024, p.175).

Sendo assim, no caso das empresas que adotam o discurso da humanização corporativa, essa incorporação torna-se ainda mais relevante, pois a legitimidade desse modelo depende da compatibilidade entre discurso institucional e práticas efetivamente sustentáveis. Uma empresa verdadeiramente humanizada deve demonstrar compromisso concreto com a preservação ambiental, adotando medidas contínuas de prevenção de danos, transparência na divulgação de resultados e respeito aos limites ecológicos.

Entretanto, quando as práticas do modelo sustentável são incorporadas de maneira superficial ou orientadas prioritariamente por estratégias de marketing, estabelece-se uma tensão entre a construção discursiva de sustentabilidade e a sua concretização material no âmbito empresarial. Essa divergência não apenas compromete a credibilidade das políticas ambientais adotadas, como também revela a necessidade de uma leitura mais crítica sobre a autenticidade das práticas organizacionais vinculadas à ideia de humanização corporativa, sobretudo quando tais discursos passam a operar como instrumento lucrativo. Nesse contexto, José Fernando Vidal de Souza constata:

[...] as fissuras conceituais apresentadas permitem que o marketing intensivo dos governos, empresas e corporações consigam mascarar um desempenho ambiental, se valendo do discurso da preservação ambiental e do desenvolvimento social como estratégia para aumentar receitas e lucros (SOUZA, 2017. p. 159).

Assim, é evidente que a consolidação de discursos de sustentabilidade desvinculados de práticas efetivas compromete não apenas a coerência das políticas ambientais empresariais, mas também a própria efetividade do Direito Ambiental, na medida em que fragiliza mecanismos de controle e responsabilização.

4. A identificação do *greenwashing* nas práticas empresariais e a incongruência entre discurso e efetividade ambiental

A crescente incorporação do discurso da sustentabilidade e da humanização corporativa no ambiente empresarial contemporâneo, embora represente um avanço relevante na construção de modelos econômicos mais responsáveis, também revela desafios significativos quanto à autenticidade dessas práticas. Nesse sentido, aponta Marcos Luís Lovato:

Passando uma impressão de serem ambientalmente comprometidas, empresas arrecadam consumidores e melhoram sua imagem através de uma publicidade falaciosamente “verde” [...] E o mercado, por sua vez, capta e explora de forma economicamente eficiente esses questionamentos da sociedade pós-moderna, oferecendo ao público o desenvolvimento sustentável estampado em embalagens (LOVATO, 2019, p. 165).

Com efeito, em muitos casos, observa-se a utilização estratégica de narrativas ambientais com o objetivo de fortalecer a imagem institucional, sem a correspondente transformação das práticas produtivas. Nesse contexto, torna-se imprescindível analisar o fenômeno do *greenwashing*, identificando suas características e compreendendo se ocorre a incongruência entre o discurso empresarial e a efetiva proteção ambiental.

4.1. O conceito de *Greenwashing*

O avanço das práticas de sustentabilidade no ambiente corporativo, aliado à crescente valorização social de condutas ambientalmente responsáveis, contribuiu para o surgimento de estratégias empresariais voltadas à construção de uma imagem institucional comprometida com a proteção ambiental.

Nesse contexto, emerge o fenômeno conhecido como *greenwashing*, o qual pode ser compreendido como uma forma de publicidade enganosa, na medida em que induz o consumidor a acreditar que determinada empresa adota práticas sustentáveis que, na realidade, não se verificam de forma efetiva. Nesse sentido, leciona José Fernando Vital de Souza:

[...] o termo está diretamente associado às ações de marketing feitas por governos, empresas ou organizações corporativas para enfatizar suas atividades com boas práticas ambientais, minimizando os impactos ambientais negativos da linha de produção ou valorizando indevidamente o produto ou mercadoria. Cria-se um modelo falso, que deturpa a realidade, promove o exagero, tudo para angariar benefícios ambientais de um produto (SOUZA, 2017, p. 150).

Tal prática afronta diretamente dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, especialmente o artigo 37, que proíbe toda publicidade enganosa ou abusiva, assim entendida como aquela capaz de induzir o consumidor a erro quanto às características, qualidade ou origem de produtos e serviços.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços [...] (BRASIL, 1990).

Nesse sentido, o *greenwashing* pode ser compreendido como uma prática que se apropria do discurso da sustentabilidade sem a correspondente efetividade ambiental, visando manipular a informação. Conforme destaca Marcos Luiz Lovato, trata-se de:

[...] prática de publicidade que usa o conceito de sustentabilidade ambiental meramente como forma de apelo de mercado (2013, p.1.).

No âmbito ambiental, o *greenwashing* revela-se ainda mais grave, uma vez que compromete a efetividade das políticas de sustentabilidade e dificulta a identificação de empresas verdadeiramente comprometidas com a preservação ambiental. Assim, ao mascarar práticas potencialmente degradadoras por meio de estratégias discursivas, essa conduta

enfraquece a credibilidade do mercado sustentável e prejudica o controle social sobre as atividades empresariais.

Outrossim, estudos recentes também apontam o *greenwashing* como resultado da dissociação entre discurso e prática empresarial. Nesse sentido, Nathalia Oliveira Peixoto e Neirilaine Silva de Almeida, dissertam que o fenômeno:

[...] refere-se à diferença entre o que as empresas dizem que fazem e o que fazem de fato” (PEIXOTO, ALMEIDA, 2024, p.71.).

Assim, tal concepção reforça a ideia de que o problema central não reside apenas na ausência de práticas sustentáveis, mas na construção de uma narrativa que não corresponde à realidade.

Dessa forma, o *greenwashing* configura-se como uma prática que compromete não apenas a confiança do consumidor, mas também a efetividade das políticas de proteção ambiental, ao distorcer a percepção social acerca das reais condutas empresariais. Com efeito, ao criar uma aparência de sustentabilidade desvinculada de ações concretas, tal fenômeno evidencia a incongruência entre o discurso institucional e a efetiva proteção do meio ambiente.

4.2. A incongruência entre o discurso empresarial e a efetividade das práticas ambientais

A análise desenvolvida ao longo do presente estudo permite enfrentar diretamente o problema de pesquisa proposto: a humanização corporativa constitui um instrumento efetivo de concretização dos princípios do Direito Ambiental ou se configura, predominantemente, como estratégia discursiva de *greenwashing*?

A partir das constatações doutrinárias e dos estudos examinados, verifica-se que, embora existam iniciativas empresariais genuínas, há forte indicativo de que, na prática, a humanização corporativa tem sido frequentemente apropriada como mecanismo de construção de imagem, sem a correspondente transformação estrutural das atividades econômicas.

[...] observa-se que não há ainda efetividade na responsabilização empresarial, tendo em vista o grande número de empresas que praticam a publicidade verde sem qualquer certificação (GOES, REBOUÇAS, 2017. p.104).

Assim, conforme evidenciado nos estudos de Fernando Vidal de Souza (2017), observa-se uma apropriação do discurso ambiental progressista pelo fenômeno da maquiagem verde, o que demonstra que a sustentabilidade vem sendo utilizada como instrumento de legitimação do modelo econômico vigente, sem necessariamente promover mudanças efetivas.

[...] conclui-se que a revolução proposta a partir dos conceitos de desenvolvimento sustentável e sustentabilidade ainda não integra a agenda política da maioria dos governos, corporações e empresas (SOUZA, 2017, p.169).

Na prática, essa incongruência pode se manifestar, de forma concreta, quando empresas divulgam metas ambientais, relatórios de sustentabilidade ou campanhas institucionais, mas mantêm processos produtivos altamente impactantes ou não implementam mecanismos eficazes de mitigação de danos. Tal comportamento evidencia que, em muitos casos, a humanização corporativa permanece restrita ao plano simbólico, funcionando como instrumento de diferenciação competitiva e não como vetor de transformação socioambiental.

Além disso, estudos recentes indicam que o fenômeno do *greenwashing* decorre justamente da discrepância entre o que as empresas afirmam realizar e aquilo que efetivamente executam, reforçando a existência de uma dissociação estrutural entre discurso e prática. Trata-se, portanto, de uma estratégia que se aproveita da crescente valorização social da sustentabilidade para influenciar a percepção pública, sem assumir os custos e as responsabilidades inerentes à proteção ambiental.

Importa destacar, contudo, que o tema ainda se encontra em processo de consolidação na literatura acadêmica, não havendo, até o momento, um consenso absoluto ou volume expressivo de evidências empíricas capazes de generalizar tal conclusão para todo o setor empresarial. Ainda assim, os estudos analisados já demonstram uma tendência significativa de utilização da humanização corporativa como estratégia discursiva, especialmente em contextos de baixa fiscalização e de elevada pressão por reputação institucional.

Sob a perspectiva do Direito Ambiental, essa realidade compromete a efetividade dos princípios do desenvolvimento sustentável, prevenção, precaução e do poluidor-pagador, uma vez que a simulação de conformidade ambiental dificulta tanto a atuação dos órgãos fiscalizadores quanto o exercício do controle social. Ademais, ao induzir o consumidor a erro, tais práticas também afrontam o dever de transparência e a boa-fé nas relações de consumo.

Diante desse cenário, é evidente que a humanização corporativa, embora possua potencial teórico para contribuir com a concretização dos princípios do Direito Ambiental, ainda se apresenta, na prática, predominantemente como uma estratégia discursiva utilizada por parte das empresas. Tal constatação não invalida a existência de iniciativas genuinamente sustentáveis, mas evidencia a necessidade de maior rigor na fiscalização, transparência e

responsabilização, a fim de evitar que o discurso ambiental seja esvaziado de seu conteúdo material e reduzido a mero instrumento de marketing.

5. Conclusão

O presente estudo teve como objetivo analisar a humanização corporativa no contexto das práticas empresariais contemporâneas, buscando responder ao seguinte problema de pesquisa: a humanização corporativa constitui um instrumento efetivo de concretização dos princípios do Direito Ambiental ou se configura, predominantemente, como estratégia discursiva de *greenwashing*? Para tanto, foram examinados o conceito de humanização corporativa, sua relação com a responsabilidade socioambiental das empresas e a incorporação dos princípios ambientais nas práticas empresariais, culminando na análise crítica da discrepância entre discurso e efetividade ambiental.

No que se refere ao primeiro objetivo específico, constatou-se que a humanização corporativa representa, em seu plano teórico, uma importante evolução na compreensão do papel da empresa na sociedade contemporânea. A partir da análise doutrinária e normativa desenvolvida ao longo do trabalho, verificou-se que esse modelo propõe a superação da lógica estritamente lucrativa, atribuindo à atividade empresarial responsabilidades éticas, sociais e ambientais. Nesse sentido, a aproximação entre humanização corporativa, função social da empresa e responsabilidade socioambiental evidencia a ampliação dos deveres empresariais perante a coletividade e o meio ambiente.

Quanto ao segundo objetivo específico, concluiu-se que os princípios do Direito Ambiental exercem papel fundamental na orientação das práticas empresariais contemporâneas, funcionando como parâmetros jurídicos destinados à compatibilização entre desenvolvimento econômico e proteção ambiental. Nesse ínterim, a investigação demonstrou que princípios como o desenvolvimento sustentável, a prevenção, a precaução e o poluidor-pagador vêm sendo progressivamente incorporados às políticas institucionais e aos processos produtivos das empresas, especialmente por meio de mecanismos de controle ambiental, gestão de resíduos, adoção de tecnologias sustentáveis e implementação de políticas de sustentabilidade. Todavia, também se verificou que essa incorporação nem sempre ocorre de maneira efetiva e estrutural, havendo situações em que as práticas ambientais se limitam ao plano formal ou estratégico.

Por sua vez, em relação ao terceiro objetivo específico, observou-se que a crescente utilização do discurso da sustentabilidade e da humanização corporativa nem sempre corresponde à adoção concreta de medidas de proteção ambiental. A análise crítica do fenômeno do *greenwashing* permitiu identificar a existência de significativa incongruência entre a imagem institucional projetada pelas empresas e suas práticas efetivamente desempenhadas. Nesse contexto, verificou-se que a temática ambiental, em muitos casos, é utilizada como instrumento de valorização mercadológica e fortalecimento reputacional, sem que haja mudanças substanciais nos modelos produtivos ou compromisso real com os princípios ambientais.

Diante disso, a pergunta da pesquisa foi respondida da seguinte forma: embora a humanização corporativa possua potencial para atuar como instrumento de concretização dos princípios do Direito Ambiental, sua aplicação prática ainda se mostra limitada, sendo, em muitos casos, apropriada como estratégia discursiva por parte das empresas. Tal constatação não afasta a existência de iniciativas empresariais genuinamente comprometidas com a sustentabilidade, mas evidencia a necessidade de maior rigor na fiscalização, no fortalecimento dos mecanismos de controle e na exigência de transparência nas práticas corporativas.

Por fim, destaca-se que o tema ainda se encontra em processo de consolidação na literatura acadêmica, carecendo de maior aprofundamento teórico e empírico. Nesse sentido, futuras pesquisas podem contribuir para a análise mais detalhada dos impactos das práticas empresariais sustentáveis, bem como para o desenvolvimento de instrumentos jurídicos mais eficazes no combate ao *greenwashing*, de modo a assegurar que o discurso da humanização corporativa se traduza, de fato, em benefícios concretos para o meio ambiente e para a sociedade.

6. Referências bibliográficas

ANTUNES, Paulo de Bessa. **Direito ambiental**. 12. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

BARROS NETO, João Pinheiro de; RODRIGUES, Roberto Moreira do Nascimento. Confluência de práticas entre capitalismo consciente e empresas humanizadas. **Revista de Geopolítica**, São José dos Pinhais, v. 17, n. 1, p. 1-18, 2026. Disponível em: <https://revistageo.com.br/revgeo/article/view/1313/956>. Acesso em: 15 mai. 2026.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 30 abr. 2026.

BRASIL. **Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981.** Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 1981. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6938.htm . Acesso em: 30 abr. 2026.

BRASIL. **Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010.** Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. *Diário Oficial da União*: Brasília, DF, 3 ago. 2010. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm . Acesso em: 30 abr. 2026.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. *Diário Oficial da União*: Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm . Acesso em: 30 abr. 2026.

BRITO, Ana Carolina Ferreira de Melo; GONÇALVES-DIAS, Sylmara Lopes Francelino. Como o direito brasileiro encara o greenwashing? **Revista Direito Ambiental e Sociedade**, Caxias do Sul, 2022. Disponível em: <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/direitoambiental/article/view/10689/4998>. Acesso em: 24 abr. 2026.

CARROLL, Archie B. *The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders.* **Business Horizons**, v. 34, n. 4, p. 39-48, 1991. Disponível em: (PDF) A Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa: Rumo à Gestão Moral dos Stakeholders Organizacionais. Acesso em: 27 abr. 2026.

COSTA, Levi Santos da; CAVALCANTI, Suellen Caroline Bertolino; CONFESSOR, Kliver Lamarthine Alves. Desempenho financeiro das empresas listadas na bolsa de valores do Brasil, bolsa, balcão [B]³ e sua relação com ESG e ODS: uma análise dos últimos anos. **CAFI**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 160–178, 2025. DOI: 10.23925/cafi.73888. Disponível em: Vista do Desempenho financeiro das empresas listadas na bolsa de valores do Brasil, bolsa, balcão [B]³ e sua relação com ESG e ODS . Acesso em: 2 mai. 2026.

FERRI, Caroline; GRASSI, Karine. **A incorporação do conceito de Estado de Direito Ambiental na teoria do Estado constitucionalista e o papel dos princípios de direito ambiental.** In: SILVEIRA, Clóvis Eduardo Malinverni da (org.). *Princípios de direito ambiental*. Caxias do Sul: EDUCS, 2013. p. 198-212. Disponível em: https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/Principios_de_Direito_Ambiental.pdf. Acesso em: 15 mai. 2026.

GOES, Helder Leonardo de Souza; REBOÚÇAS, Gabriela Maia. Responsabilidade empresarial e greenwashing: implicações éticas e jurídicas. **Revista de Direito e Sustentabilidade**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 91–107, jan./jun. 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/322595746_RESPONSABILIDADE_EMPRESARIAL_E_GREENWASHING_IMPLICACOES_ETICAS_E_JURIDICAS. Acesso em: 24 abr. 2026.

LOVATO, Marcos Luiz. Greenwashing no Brasil: quando a sustentabilidade ambiental se resume a um rótulo. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, Santa Maria, v. 8, p. 162–171, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/revistadireito/article/view/8257/4978>. Acesso em: 24 abr. 2026.

MEZZAROBA, Orides & Monteiro, Cláudia Servilha. **Manual de Metodologia da Pesquisa no Direito**. SP: Saraiva, 2023.

OLIVEIRA, Jeferson Sousa; BENACCHIO, Marcelo. Responsabilidade social das empresas: considerações sobre a humanização do capital. **Revista de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável**, Florianópolis, Brasil, v. 4, n. 1, p. 1–16, 2018. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistaddsus/article/view/4006>. Acesso em: 27 abr. 2026.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Brasil: ONU. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 30 abr. 2026.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro, 1992. Disponível em: <https://professor.pucgoias.edu.br/sitedocente/admin/arquivosUpload/13760/material/Declara%C3%A7%C3%A3o%20do%20Rio%20-%201992.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2026.

PEIXOTO, Nathália Oliveira; ALMEIDA, Neirilaine Silva de. Greenwashing: uma revisão sistemática da literatura sobre formas de identificação e seus fatores determinantes. **REUNIR: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, Campina Grande, v. 14, n. 4, p. 69–83, 2024. Disponível em: <https://reunir.revistas.ufcg.edu.br/index.php/uacc/article/view/1715>. Acesso em: 24 abr. 2026.

SOUZA, Fernando Vidal de. Uma abordagem crítica sobre o greenwashing na atualidade. **Revista de Direito Ambiental e Socioambientalismo**, Florianópolis, v. 3, n. 2, p. 148–172, 2017. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/Socioambientalismo/article/view/3765>. Acesso em: 24 abr. 2026.

VERGARA, Sylvia Constant; BRANCO, Paulo Durval. Empresa humanizada: a organização necessária e possível. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 41, n. 2, p. 20–30, abr./jun. 2001. Disponível em: scielo.br/j/rae/a/LMc849j8Xz4h7SK4kYVW9pv/?format=pdf&lang=pt. Acesso em: 27 abr. 2026.