

O uso das redes sociais como instrumento de democratização do controle do desenvolvimento sustentável

El uso de las redes sociales como instrumento de democratización del control del desarrollo sostenible

The use of social media as a tool for democratizing the control of sustainable Development

L'uso dei social media come strumento di democratizzazione del controllo dello sviluppo sostenibile

Luma Lopes Tavares Rezende¹

Mestranda, PPG em Direito da Saúde, Universidade Santa Cecília, Santos, SP, Brasil

Danilo de Oliveira²

Doutor, PPG em Direito da Saúde, Universidade Santa Cecília, Santos, SP, Brasil

RESUMO: As redes sociais passaram a ser um dos principais meios de comunicação da sociedade moderna e essa ferramenta pode ser aproveitada para prevenir os desastres ambientais. Um dos grandes problemas da sociedade é a expansão de empreendimentos, os quais são realizados, em sua maioria, com a inobservância dos requisitos mínimos para a preservação ambiental. O estudo busca analisar o papel das redes sociais em relação à divulgação de informações, bem como o impacto disto na conscientização ambiental de toda a sociedade. O método é o da revisão bibliográfica, de abordagem crítico-narrativa. É de relevância a análise do impacto da utilização das redes sociais com o fito de conscientizar, através da transmissão de informações, acerca dos danos e catástrofes ambientais. Conclui-se que a sociedade, munida de informações através do uso das redes sociais, se torna um controlador popular, necessário como o próprio controlador estatal (interno e centralizado, como os Ministérios, Secretarias e demais órgãos, ou interno e descentralizado, como as agências reguladoras), fazendo com que as grandes empresas, dos diversos setores, se preocupem em respeitar e zelar para que haja um meio ambiente ecologicamente equilibrado. Assim, para suprir a pressão social e demonstrar a conscientização em relação à preocupação com o desenvolvimento sustentável, as empresas aderem ao “marketing verde”.

Palavras-chave: Rede social; Sociedade; Empoderamento; Regulação ambiental.

¹ Mestranda em Direito da Saúde: Dimensões Individuais e Coletivas pela Universidade Santa Cecília. Graduada em Direito pela Universidade Católica de Santos. Professora da Universidade Metropolitana de Santos. Pós-graduada em Direito do Trabalho e Processo do Trabalho na Escola Paulista de Direito. Advogada. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/586821767756999>

² Doutor e Mestre em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Titular da Cadeira n. 35 da Academia Brasileira de Direito da Seguridade Social; Sócio fundador da Lamy e Oliveira Sociedade de Advogados; Advogado (dativo) junto ao Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo; Professor Assistente do Programa de Pós-Graduação, stricto sensu, Mestrado em Direitos Humanos da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Professor das Especializações em Direito Sanitário da Fiocruz Brasília; Professor da Faculdade de Direito da UNISANTA; Coordenador da Pós-Graduação, lato sensu, em Direito do Trabalho e Previdência Social da UNISANTA; Coordenador do Núcleo de Pesquisa e Produção Científicas do Curso de Direito da UNISANTA; Líder do Polo de Santos da Comissão Estadual de Estágio e Exame de Ordem da OAB-SP; Coordenador da 2ª Região da Escola Superior da Advocacia OAB-SP; Coordenador do Observatório da Implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável OAB-SP. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3723945568020549> ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4099-3716>

RESUMEN: Las redes sociales se han convertido en uno de los principales medios de comunicación de la sociedad moderna, y esta herramienta puede aprovecharse para prevenir desastres ambientales. Uno de los grandes problemas sociales es la expansión de emprendimientos que, en su mayoría, se llevan a cabo sin observar los requisitos mínimos para la preservación del medio ambiente. El estudio busca analizar el papel de las redes sociales en la difusión de información, así como su impacto en la concienciación ambiental de toda la sociedad. El método utilizado es la revisión bibliográfica, con un enfoque crítico-narrativo. Es relevante analizar el impacto del uso de las redes sociales con el fin de concienciar, a través de la transmisión de información, sobre los daños y catástrofes ambientales. Se concluye que la sociedad, dotada de información a través de las redes sociales, se convierte en un controlador popular, tan necesario como el propio controlador estatal (interno y centralizado, como los Ministerios, Secretarías y demás órganos, o interno y descentralizado, como las agencias reguladoras), obligando a las grandes empresas de diversos sectores a preocuparse por respetar y garantizar un medio ambiente ecológicamente equilibrado. Así, para responder a la presión social y demostrar su compromiso con el desarrollo sostenible, las empresas adoptan el "marketing verde".

Palabras clave: Red social; Sociedad; Empoderamiento; Regulación ambiental.

ABSTRACT: Social media has become one of the main communication channels in modern society, and this tool can be leveraged to help prevent environmental disasters. One of society's major problems is the expansion of enterprises, which are often carried out without observing minimum environmental preservation requirements. This study aims to analyze the role of social media in disseminating information and its impact on raising environmental awareness across society. The method used is a literature review with a critical-narrative approach. Analyzing the impact of social media use to promote awareness through the transmission of information about environmental damage and disasters is highly relevant. It is concluded that society, equipped with information via social media, becomes a popular oversight agent, just as necessary as state oversight itself (internal and centralized, such as Ministries, Secretariats, and other bodies, or internal and decentralized, such as regulatory agencies), compelling major companies from various sectors to act in favor of an ecologically balanced environment. Thus, to meet social pressure and demonstrate concern for sustainable development, companies adopt "green marketing."

Keywords: Social media; Society; Empowerment; Environmental regulation.

SOMMARIO: I social media sono diventati uno dei principali mezzi di comunicazione della società moderna e questo strumento può essere sfruttato per prevenire disastri ambientali. Uno dei grandi problemi della società è l'espansione delle attività imprenditoriali, che nella maggior parte dei casi avviene senza il rispetto dei requisiti minimi per la conservazione dell'ambiente. Lo studio si propone di analizzare il ruolo dei social media nella diffusione delle informazioni e il loro impatto sulla consapevolezza ambientale dell'intera società. Il metodo adottato è quello della revisione bibliografica, con un approccio critico-narrativo. È rilevante analizzare l'impatto dell'utilizzo dei social media al fine di sensibilizzare, attraverso la trasmissione di informazioni, sui danni e le catastrofi ambientali. Si conclude che la società, munita di informazioni attraverso i social media, diventa un controllore popolare, necessario quanto il controllo statale (interno e centralizzato, come i Ministeri, le Segreterie e altri enti, oppure interno e decentralizzato, come le agenzie regolatrici), spingendo le grandi aziende di diversi settori a preoccuparsi di rispettare e garantire un ambiente ecologicamente equilibrato. Così, per rispondere alla pressione sociale e dimostrare il proprio impegno verso lo sviluppo sostenibile, le imprese adottano il "marketing verde".

Parole chiave: Social media; Società; Empowerment; Regolazione ambientale.

Introdução

Com o advento da globalização aliado às tecnologias, novos mecanismos de comunicação foram criados e as redes sociais são um deles. Criadas inicialmente para conectar e interagir as pessoas, foram avançando e hoje, são canais de comunicação que se popularizaram na sociedade. Além disso, são fortes disseminadoras de informação, já que transmitem diversos conteúdos com agilidade e eficácia, atingindo muitas pessoas no mesmo lapso temporal.

Essas plataformas são consideradas um espaço democrático de discussão relativo às diferentes causas que precisam ser debatidas, principalmente acerca das questões ambientais.

O empoderamento da sociedade é a maior consequência da influência das redes sociais. Neste sentido, através da ampla e rápida divulgação de informações, a população angaria mais recursos e a partir disso, passa a ter mais voz, visibilidade e influência que pode ser utilizada de uma forma positiva ou negativa.

O uso das redes sociais como espaço de debate e de conscientização tem feito com que as pessoas compreendam de forma mais ampla e profunda a importância de iniciativas verdes, já que o grande problema da sociedade atual é o desenvolvimento “desenfreado” visando e priorizando a parte econômica, sem se preocupar com a sustentabilidade.

Assim, as redes sociais são responsáveis pela conscientização das pessoas em termos individuais e coletivos, não só da questão ambiental, mas também de uma maneira geral dos seus direitos e deveres.

Nos dias de hoje, com o empoderamento da sociedade, os indivíduos têm mais informações e argumentos para solicitar que as empresas tomem atitudes em prol do meio ambiente. Acabam pressionando as empresas e por sua vez, as empresas com medo do boicote, optam por adotar uma postura mais responsável em relação ao meio ambiente e fazendo a regulação ambiental.

Trata-se de uma revisão bibliográfica, amparada em coleta de dados, essencialmente, por meio de pesquisas doutrinárias, disponíveis em livros, artigos científicos online e notícias, a partir das quais foram coletados dados de informações sobre o tema. O método de análise dos dados é o da revisão crítico-narrativa, isto é, a partir do cotejo do pensamento dos autores investigados (representam alguns dos pensamentos mais relevantes sobre o tema, não a sua totalidade) (Lamy, 2020).

Resultados

Rede social é uma estrutura, formada por pessoas, com os mesmos interesses, que se organizam com o intuito de se conectarem e interagirem. Este conceito existe desde os primórdios da civilização humana, muito antes de ouvir falar em internet.

Atualmente, especialmente durante a pandemia da COVID-19, que a forma de contenção do vírus é o distanciamento social, as pessoas utilizam as redes sociais, mais do que nunca, seja como forma de comunicação, divulgação de notícias, informações, propaganda, para fazer reunião, ter aula etc.

A internet tem essa característica de divulgar acontecimentos de uma forma rápida e atingindo milhões de pessoas. Diante do avanço da era digital e por se tornar cada vez mais acessível a todos, surgiu a cultura do cancelamento.

Cancelamento na internet é como se uma pessoa, grupo ou empresa do dia para noite, se tornasse “invisível”, desprezada. Isso porque ela fez ou teve alguma atitude, na própria internet ou no mundo *off-line*, considerada reprovável, questionável.

A grande problemática da cultura do cancelamento é que as pessoas e empresas são expostas, com uma divulgação muito rápida e não tem o direito de se defender e acabam sendo prejudicadas por meio de boicotes, ou seja, o público deixa de seguir em caso de pessoas e em relação as empresas de frequentar, consumir ou até mesmo fazer ameaças.

A principal consequência da influência das redes sociais é o empoderamento da sociedade, que pode ser visto de uma maneira positiva ou negativa.

Com o dinamismo das redes sociais e o amplo acesso às informações em nível global de forma quase imediata, proporciona a sociedade mais consciência em termos individuais e coletivos de seus direitos e deveres. Destarte, com esse empoderamento, pode resultar na sociedade uma postura para cobrar e solicitar as empresas a praticarem atitudes em prol do meio ambiente.

Neste sentido, acabam pressionando as empresas a fazer a adaptação à regulação ambiental e as empresas com medo do boicote, diante da cultura do cancelamento, acabam cumprindo a regulação ambiental.

Isto seria sob uma ótica positiva de aproveitar a influência das redes sociais, ou seja, as empresas com medo do boicote acabam mudando suas atitudes para ceder a pressão da sociedade ou até mesmo como uma estratégia de marketing para atrair consumidores que se preocupam com isso.

Pode se tratar de um exemplo prático da observância da diretriz democrática do direito ao desenvolvimento como um legítimo instrumento de controle das políticas públicas ambientais, de desenvolvimento sustentável, bem como da observância da responsabilidade social intergeracional com o meio ambiente (CF/1988, art. 225) (Oliveira, 2024, p.12-16 e 172-183).

Contudo, a influência das redes sociais também tem um potencial para o mal, o que podemos denominar de *fake news*, que nada mais é do que notícia fraudulenta que é veiculada na internet.

O direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado é difuso, indisponível e fundamental, consoante preconiza o artigo 225, da Constituição Federal.

Assim, trata-se de um bem de uso comum do povo, sendo generalizada a preocupação com um meio ambiente adequado e sadio a todos.

A educação ambiental é um elemento importante que viabiliza a conciliação entre o comportamento humano e meio ambiente.

No Brasil, existe uma vasta legislação ambiental comparado a outros países. Contudo, a grande dificuldade é a fiscalização no cumprimento destas normas, seja pela dimensão geográfica do país; pelo déficit de pessoas capacitadas e qualificadas para fiscalizar ou até mesmo por falta de investimento e interesse do Poder Público.

A educação ambiental aliada com a influência das redes sociais acaba resultando no empoderamento da sociedade que detém mais informações e pode funcionar como “fiscal da Lei”, sendo possível utilizar a rede social, meio de comunicação popular com a divulgação de informações ágil e eficaz, para divulgar na mídia a conduta das empresas, pressionando a adequar-se as normas. Além disso, simplesmente a rede só por levantar dúvida, já gera efeito.

As empresas, por sua vez, com medo do boicote, diante da cultura do cancelamento, acabam cedendo às pressões da sociedade, o que demoraria muito para acontecer caso dependesse do processo moroso de fiscalização do Poder Público e, como uma forma de reposta a pressão da sociedade, acabam optando e investindo em políticas sustentáveis.

Por conta desta mudança de visão, muitas empresas já estão conciliando a preservação ambiental com o crescimento econômico. Com a influência das redes sociais, a sociedade angaria mais informações, proporcionando maior consciência ambiental. Neste

passo, acabam procurando empresas que se preocupam com o meio ambiente e que investem em políticas sustentáveis.

A responsabilidade ambiental traz inúmeros prejuízos, seja para o meio ambiente, bem como para a própria empresa, visto que as empresas utilizam essas ações como estratégia de marketing.

Discussão

Muito se discute sobre a efetividade das informações transmitidas nas redes sociais para o fim da regulação ambiental. Será que de fato é eficaz?

Para Paulo Sérgio Pereira de Amorim (2017, p. 22):

Apesar de não ter sido verificado em campo um aumento na preocupação social com relação ao meio ambiente, identificou-se um aumento do interesse social representado por uma maior quantidade de buscas por termos ambientais nas pesquisas virtuais, especialmente, para os termos “sustentabilidade” e “meio ambiente”.

Em que pese, muitas vezes não se obter, de imediato, um resultado notório em relação a utilização e empoderamento das redes sociais nas questões ambientais, fato é que a simples disseminação de informações gera curiosidade na sociedade fazendo com que utilizem a internet para buscar e compreender o conceito de sustentabilidade, meio ambiente ecologicamente equilibrado, fato este que, por si só, nos traz o conceito de educação ambiental e conscientização, o que surtirá efeitos futuros.

Nas palavras de Bonavides (2020):

É preciso que haja a implementação de uma cultura ecológica que prime pela conservação dos recursos naturais, adotando-se uma política educacional voltada ao meio ambiente, pois somente assim se estaria modelando novos cidadãos, mais conscientes e engajados com a natureza. É necessário que se discutam alternativas que conciliem desenvolvimento socioeconômico com sustentabilidade ambiental, aliando-os de forma a garantir progresso e qualidade de vida à coletividade.

A rede social tem um papel de extrema importância dentro da sociedade seja para uma consciência ambiental, como também um empoderamento de dados e informações que podem acarretar uma pressão social nas empresas a cumprirem a regulação ambiental.

Nas palavras de Lopes (s.d.):

Pelo contrário, muitas companhias perceberam que uma postura responsável em relação ao meio ambiente traz ganhos efetivos para o negócio. Essa mudança de atitude das empresas começou nos anos 80 e 90, influenciada pela pressão da sociedade que, diante dos desastres ambientais e alertas de cientistas em relação às ameaças dos desequilíbrios causados pelo homem na natureza, se organizou para cobrar posturas responsáveis das empresas em relação ao meio ambiente.

As empresas em “resposta” a essa pressão social acabam cumprindo a regulação ambiental e se aproveitam das redes sociais para se promoverem e desenvolverem um “marketing verde”, como forma de mostrar de uma forma mais ampla à população suas atitudes para preservar e manter um meio ambiente sustentável, justamente pelo receio do cancelamento.

Considerações finais

Como se pode perceber, com o avanço da tecnologia e internet, as redes sociais se tornaram um meio de comunicação popular para geração e divulgação de informações com rapidez. Tornou-se um espaço democrático que a sociedade angaria informações, garantindo subsídios para discutir e cobrar ações das empresas, mas também para divulgar informações e acontecimentos falsos.

No que tange a área ambiental proporciona uma maior conscientização da população, empoderando a sociedade de informações e conhecimento para assim, cobrar as empresas a fazer a regulação ambiental.

As redes sociais proporcionam uma rápida divulgação de informações, ou seja, um acontecimento chega ao conhecimento de um grande número de pessoas em qualquer lugar do mundo em questão de segundos.

A pressão social e a cobertura midiática são importantes, haja vista que as empresas com medo do boicote e do cancelamento, acabam tomando medidas rápidas, bem como se adequando as normas ambientais.

Contudo, é válido ressaltar que a divulgação de informações também pode ser utilizada de uma forma negativa para as empresas, gerando um cancelamento, indevido, quando é divulgado alguma informação equivocada ou quando a empresa não tem oportunidade de se defender.

Com a popularização da internet, consequentemente torna as redes sociais um dos principais meios de comunicação. Assim, as empresas acabam se tornando reféns delas, tanto para o lado positivo, com o empoderamento da sociedade, para cobrar e pressionar das empresas posturas, especialmente em prol do meio ambiente, como também de criar uma imagem negativa e equivocada da empresa através da divulgação de informações falsas, ocasionando o cancelamento indevido, seja por acontecimentos inverídicos ou quando a empresa sequer teve a oportunidade de se defender.

Referências

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

AMORIM, Paulo Sérgio Pereira; DIAS, Raphael Igor. O papel das redes sociais na concepção dos brasileiros sobre sustentabilidade, meio ambiente e biodiversidade, **UniCEUB**, Brasília-DF, 2017. DOI: <https://doi.org/10.5102/pic.n2.2016.5606>

BONAVIDES, Raquel Quaresma. **Bem jurídico ambiental, tutela penal e aplicação do princípio da insignificância nos crimes ambientais**. 2020. Dissertação de Mestrado. Unisanta. Disponível em: <https://tede.unisantos.br/bitstream/tede/6041/1/Raquel%20Quaresma%20Bonavides.pdf> fAcesso em 19 mar. 2024.

LAMY, Marcelo. **Metodologia da Pesquisa**: técnicas de investigação, argumentação e redação. 2. ed. rev. atual. e ampl., São Paulo: Matrioska, 2020.

LOPES, J.C. **A evolução e desafios da gestão ambiental nas empresas.** Disponível em: <https://ideiasustentavel.com.br/a-evolucao-e-desafios-da-gestao-ambiental-nas-empresas/>. Acesso em 13 mar. 2024.

OLIVEIRA, Danilo de. **Hermenêutica do desenvolvimento.** São Paulo: Matrioska editora, 2024.

Informação bibliográfica deste texto, conforme a NBR 6023:2018 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT):

REZENDE, Luma Lopes Tavares; OLIVEIRA, Danilo de. O uso das redes sociais como instrumento de democratização do controle do desenvolvimento sustentável. **Revista Brasileira de Direito Constitucional**, vol. 24, n. 2 (jul./dez. 2024), pp. 69-75. São Paulo: ESDC, 2025. ISSN: 1983-2303 (eletrônica).

Recebido em maio/2024
Aprovado em junho/2024



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt-br>