



## Miranda e Azevedo: O movimento ESG para muito além da sigla

O movimento ESG — sigla para "*environmental, social and corporate governance*" — vem ganhando destaque entre os agentes de mercado e entes governamentais. A iniciativa não poderia ser mais meritocrática, à medida que congrega a busca pelo sucesso financeiro e o positivo impacto social e ambiental dentro do ambiente de negócios.

Não se trata de algo recente, sendo desenvolvida, em menor ou maior escala há anos, e sob diversos nomes, como "capitalismo consciente", "função social da empresa", entre outros, tanto sob o viés jurídico como sob a perspectiva econômica. No âmbito da bolsa de valores brasileira, por exemplo, registra-se a adoção do Índice S&P/B3 Brasil ESG, que procura medir a performance de títulos negociados em mercado a partir de critérios de sustentabilidade, sendo ponderado pelas pontuações ESG da S&P DJI.

A novidade/atualidade advém do crescente estímulo ao seu desenvolvimento e, sobretudo, a sua aplicação prática, por parte de investidores, nacionais e internacionais, em um contexto marcado pela interconexão e pela percepção do que a decisão tomada em um canto do planeta pode produzir graves efeitos em todo o mundo (como a pandemia tem feito sentir na pele).

No Brasil, o cenário não é diferente. Uma boa amostra disso são as propostas regulatórias que o Bacen, por intermédio das Audiências Públicas nº 85/2021 [1] e nº 86/2021 [2], e a CVM, por meio da Audiência Pública SDM nº 09/20 [3], vem apresentando ao mercado, em linha com as principais pautas desse movimento.

Cabe destacar que tais iniciativas não estão restritas aos entes governamentais. Além da já mencionada atuação da bolsa de valores brasileira, na esfera das associações, federações e agentes autorreguladores, podemos citar os guias ESG lançados pela Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (Abrapp), pela Federação Brasileira de Bancos (Febraban) e pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima) como importantes iniciativas do setor.

E é justamente nesse contexto, propondo uma provocação crítica e pragmática, que coloca a questão central deste artigo: como fazer para irmos além da sigla? O que faz com que as iniciativas atuais se destaquem dos movimentos anteriores de fomento à consciente geração de capital empresarial? A resposta, a nosso ver, deve partir da literatura clássica e se materializar na experiência concreta dos investimentos (e investidores) de cada país, em seu tempo.

É ultrapassada a perspectiva de que as empresas não possuiriam compromissos com a sociedade e que a responsabilidade de seus administradores se restringiria a acionistas e funcionários, com o exclusivo intuito de maximizar o lucro da companhia [4].



Não se admite que a empresa se organize como uma ilha, à margem da sociedade, não estando inserida na comunidade. Atualmente, e mais do que nunca, as empresas devem ser enxergadas como parte do todo que habitam e sob uma dupla perspectiva, com objetivos divididos entre o fim imediato e o mediato para os quais funcionam. Imediatamente, a empresa deve buscar o sucesso financeiro (materializado no lucro), justamente por ser essa a gasolina que ela precisa para produzir e se desenvolver. Mediamente, essa busca deve ocorrer de forma sadia, de modo que os reflexos na sociedade sejam positivos, afinal, não se trata aqui de um tiro curto, mas, sim, de uma maratona, e não existirá empresa, ainda que a mais lucrativa, sem uma sociedade minimamente equilibrada que a absorva.

Em um mundo indiscutivelmente conectado, essa visão global é importante, ofertando-se estímulos para que, concretamente, cada parte se proponha a permitir esse universo de oportunidades, com a livre busca de lucro entre as empresas, sem perder de vista sua importância para o social e o ambiental.

A pauta ESG deve ser (e tem sido) atualizada e enxergada, assim, como importante fomentador dessa dinâmica, com a possibilidade de mesclar as duas frentes, pois, à medida em que é atribuído valor à causa, a sigla sai da teoria e passa a ser, a um só tempo, capaz de gerar resultados positivos dos pontos de vista econômico e sócio-ambiental.

Trata-se, em poucas e objetivas palavras, de um constante e relevante jogo de estímulos e o cenário nunca esteve tão estimulante quanto o atual para que a visão da empresa como parte da comunidade, como contempla, há muito, o artigo 116 da nossa Lei das S.A., seja juridicamente sólida, economicamente eficiente e mercadologicamente favorável ao desenvolvimento de um ambiente lucrativo e saudável para todos os seus agentes.

Portanto, a interconexão que tanto nos afeta serve como ponto de partida para uma positiva revolução negocial, propiciando-se a valorização de boas práticas, não só em livros de Direito ou Economia, como também nas planilhas de *valuation*, desenvolvendo-se um mercado social e ambientalmente lucrativo para as empresas nele inseridas.

Aos agentes desse mercado, nos resta aplicar, na prática, essas excelentes iniciativas, avaliando riscos e assessorando negócios juridicamente seguros e social, financeira e ambientalmente lucrativos.

[1] Disponível em: <https://www3.bcb.gov.br/audpub/DetailharAudienciaPage?8-1.ILinkListener-form-dadosEntidadeDetalhamentoPanel-linkArquivo>.

[2] Disponível em: <https://www3.bcb.gov.br/audpub/DetailharAudienciaPage?2-1.ILinkListener-form-dadosEntidadeDetalhamentoPanel-linkArquivo>.

[3] Disponível em: [http://conteudo.cvm.gov.br/audiencias\\_publicas/ap\\_sdm/2020/sdm0920.html](http://conteudo.cvm.gov.br/audiencias_publicas/ap_sdm/2020/sdm0920.html).



[4] FRIEDMAN, Milton. *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. 1970. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>.

**Date Created**

31/07/2021