47. ASG: investimentos sustentáveis em fundos de pensão

Sebastião Bergamini Junior (*)[1]

No mercado de produtos financeiros se observa a disseminação da oferta de ativos que seguem critérios ASG, que são aqueles que contemplam aspectos ambientais, sociais e de governança. As entidades fechadas de previdência complementar-EFPC têm sido estimuladas a ocupar um papel ativo neste processo. Na atualização da Resolução CMN nº 3.792, que orienta o processo de alocação dos recursos garantidores das EFPC, está prevista maior integração dos critérios ASG nos investimentos permitidos para estas entidades.

Os chamados ativos ou investimentos sustentáveis são aqueles que supostamente incorporam as melhores práticas de governança, as medidas de proteção social e as ações que resultam na preservação do meio ambiente.

As práticas de governança podem ser avaliadas com relativa objetividade. Por exemplo, as ações de empresas de capital aberto que aderem a estas práticas estão classificadas no índice de sustentabilidade empresarial – ISE, com base em metodologia desenvolvida pela FGV e mantida pela Bolsa de Valores, a partir do cumprimento de regras específicas.

No entanto, a atuação corporativa no campo social e na esfera ambiental é de difícil mensuração e classificação. Este fato é agravado pela divulgação por algumas empresas de estórias corporativas no âmbito da pós-verdade (*storytelling*) e pela prática da maquiagem verde (*greenwasuing*), com o objetivo de induzir a opinião pública a acreditar que estas empresas tenham uma suposta sustentabilidade social e ambiental.

O desenvolvimento sustentável está associado ao exercício dos direitos humanos e uma das medidas para uma empresa se incluir entre aquelas socialmente responsáveis é aderir formalmente ao Pacto Global da ONU. Esta é uma iniciativa voluntária que proporciona princípios para a promoção do crescimento sustentável e da cidadania no âmbito corporativo. Este Pacto preconiza a adesão a dez princípios universais, distribuídos em quatro temas, todos derivados de documentos seminais, como a Declaração Universal dos Direitos Humanos, a Declaração da Organização Internacional do Trabalho, a Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e a Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção.

Os dez princípios se distribuem entre quatro temas preconizando:

- sobre direitos humanos: (1) as empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente; e (2) se assegurar de sua não participação na violação destes direitos;
- sobre o trabalho: (3) as empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva; (4) a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório; (5) a abolição efetiva do trabalho infantil; e (6) a eliminação da discriminação no emprego;
- sobre o meio ambiente: (7) as empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais; (8) desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental; e (9) incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis; e
- sobre a corrupção: (10) as empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

O Pacto Global não é um instrumento regulatório, nem um código de conduta obrigatório ou um fórum para policiar as políticas e as práticas gerenciais das empresas, mas uma iniciativa de caráter voluntário que inclusive constitui base para a implantação da ISSO 26.000, norma internacional padronizada sobre melhores práticas de reponsabilidade social empresarial. A adesão ao Pacto e o cumprimento deste decálogo constitui medida essencial para orientar a adoção de práticas de sustentabilidade da empresa e para conceder legitimidade social para a empresa desenvolver suas atividades.

O termo *greenwashing* ou “maquiagem verde” foi criado em 1986 pelo biólogo Jay Westerveld, ativista ecológico e pesquisador de *habitats* de espécies ameaçadas de extinção. Na época ele estava hospedado em um hotel que incentivava seus clientes a utilizarem as toalhas de banho mais de uma vez. Na peculiar visão dos proprietários do hotel, esta seria uma medida ecológica por reduzir o consumo de água e preservar os recursos do planeta. Jay não encontrou outras iniciativas no hotel visando a preservação e proteção do meio ambiente, concluindo que o reuso das toalhas tinha o simples objetivo de reduzir custos para o hotel, inexistindo genuína preocupação com a preservação do planeta. Num estalo criativo, Jay cunhou o termo

[1] Contador aposentado do BNDES. Certificado pelo ICSS, pela ANBIMA (CPA-20) e pelo IBGC; foi membro do Conselho Fiscal (2002/07) e do Conselho Deliberativo (2007/11) da FAPES.

greenwashing para designar a “maquiagem verde” praticada pelo hotel. Este termo se reporta à tinta barata de cor verde utilizada para pintar - ou melhor, para “maquiar” - construções rústicas de madeira, que são comuns no interior norte-americano.

O mercado norte-americano de produtos ”verdes” é de US$ 845 bilhões, aumentando a altas taxas. Este crescimento ocorre em paralelo à disseminação no uso de rótulos com mensagens ambientais alardeando virtudes, algumas inexistentes, com o objetivo de vender gato por lebre. Na Europa esta propaganda enganosa é vantajosa para as empresas que a praticam, pois eventuais compensações somente serão pagas ao consumidor se ele demonstrar que, de alguma forma, foi efetiva e diretamente prejudicado. Os sete pecados capitais que indicam o *greenwashing* na certificação são os seguintes:

(1) custos camuflados: por exemplo, o uso de papel reciclado não significa que seu custo ecológico seja menor com relação ao custo do papel convencional, pois o primeiro pode ser mais danoso ao meio ambiente dependendo do método de reciclagem;

(2) falta de provas: a indicação de que o processo de fabricação de um determinado produto seja melhor para o meio ambiente do que o de outros deve ser suportado por explicações claras e quantitativas relativos aos fatores benéficos;

(3) incerteza: a aposição de rótulo indicando que determinado produto pode ser reciclável é inútil, pois sua reciclabilidade pode ser ou não viável;

(4) irrelevância: talvez seja o mais disseminado, consistindo em informar que determinado produto é natural (veneno também é), ou que o alumínio nele contido é reciclável (pode ser incerta sua reciclabilidade); ou que o produto não tem o gás CFC (o componente foi banido por reduzir a camada de ozônio na atmosfera, portanto não existe mérito em proclamar que a empresa apenas respeita a lei);

(5) menos pior: por exemplo, o cigarro orgânico teria efeitos deletérios menos pior do que o provocado por cigarros comuns, desprezando a informação objetiva de que qualquer cigarro provoca sérios danos aos fumantes;

(6) mentiras: utilizar selos de certificação sem estar autorizado, ou sem adotar as práticas exigidas pelo certificador para permitir o uso do selo de certificação;

(7) culto aos falsos rótulos: determinados selos de certificação não estão associados ao uso de boas práticas ambientais, induzindo o consumidor a acreditar que o produto segue normas ecologicamente responsáveis.

A certificação baseada em selos que atestem que o produto ofertado obedece a práticas ecologicamente corretas constitui uma forma de obter a confiança do consumidor. No entanto, este produto deve estar associado a características que sejam materialmente relevantes e cientificamente corretas. Nesta linha, a legitimidade do selo de certificação depende de duas medidas: utilizar metodologias que tenham embasamento cientifico aceitável, como por exemplo, a metodologia da “pegada ecológica”, e certificar todas as fases intermediárias da cadeia produtiva envolvidas na elaboração do produto final. Note que a proliferação de selos de certificação que não respeitam estes condicionantes vem fazendo com que produtos ecológicos não se diferenciem dos outros, confirmando a visão cética de que todos os produtos são iguais.

Em síntese, os critérios ASG estão relativamente desenvolvidos no que se refere à identificação de investimentos com boa governança, no entanto para os aspectos sociais e ambientais ainda há um longo caminho a percorrer. No atual momento, com a disseminada prática de se contar estórias no âmbito da pós-verdade e de se utilizar práticas de maquiagem verde, é difícil estabelecer clara diferenciação entre investimentos que indubitavelmente são sustentáveis e os demais ativos. Neste cenário é duvidosa a eficácia de uma decisão regulatória, no âmbito do processo de alocação dos recursos garantidores pelas EFPC, para conceder tratamento prioritário ou diferenciado para investimentos gerenciados ou representados por empresas com suposta sustentabilidade.

(*) Publicado na Coluna Previdenciária - jornal APAlavra nº 183, Ano XVI, de 09.03.2017.