XII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI BUENOS AIRES – ARGENTINA

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

JOSEMAR SIDINEI SOARES

LIVIA GAIGHER BOSIO CAMPELLO

JOSÉ QUERINO TAVARES NETO

Copyright © 2023 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

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

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - UNIVEM/FMU – São Paulo
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 - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR – Ceará

Representante Discente: Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade – UNIMAR/FEPODI – São Paulo

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara – ESDHC – Minas Gerais
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho – Ceará
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS – Sergipe
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR – São Paulo
Secretarias
Relações Institucionais:
Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes – UNB – Distrito Federal
Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM – São Paulo
Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo
Comunicação:
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali – Rio Grande do Sul
Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB – Paraíba
Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC – Santa Catarina
Relações Internacionais para o Continente Americano:
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM – Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão
Relações Internacionais para os demais Continentes:
Prof. Dr. José Barroso Filho – ENAJUM
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná
Eventos:
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec – Minas Gerais
Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC – Paraná
Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS – Mato Grosso do Sul

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UMICAP – Pernambuco

D597

Direito e Sustentabilidade I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: José Querino Tavares Neto; Josemar Sidinei Soares; Livia Gaigher Bosio Campello. – Florianópolis: CONPEDI, 2023.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-65-5648-767-0
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Derecho, Democracia, Desarrollo y Integración

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Sustentabilidade. XII Encontro Internacional do CONPEDI Buenos Aires – Argentina (2: 2023 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34

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

XII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI BUENOS AIRES – ARGENTINA

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

Apresentação

O XII Encontro Internaiconal do CONPEDI realizado na Universidade de Buenos Aires sob o tema "Derecho, Democracia, Desarrollo y Intergración", entre os dias 12 a 14/12/2023, trouxe um contexto sociojurídico desafiador às pesquisas acadêmicas, especialmente à luz do proeminente parâmetro da sustentabilidade.

Dentre os Grupos de Trabalhos (GT) que compuseram esse valoroso encontro, o GT “Direito e sustentabilidade I” teve papel fundamental ao promover discussões teóricas de elevado nível acadêmico, bem como projeções práticas com implicância para a realidade complexa dos nossos dias. No escopo da temática desse GT, que ocorreu no dia 14 de outubro de 2023, uma pluralidade de temas foi apresentada por discentes e docentes pesquisadores de vários Programas Stricto Sensu de Mestrado e Doutorado em Direito do Brasil.

A sustentabilidade foi apresentada em suas dimensões social, ambiental e econômica, trazendo luzes para a discussão sobre efetividade de clássicos instrumentos jurídicos, da Agenda 2030, a necessidade de responsabiliação da empresa, além do Poder Público.

s apresentações foram divididas em blocos devido ao volume de trabalhos submetidos e aprovados no GT com espaços ao debate coletivo. Assim, roram realizadas as seguintes exposições sob os temas: 1) .....

Abriram-se, para os debates, comentários e contribuições.

Os leitores destes Anais perceberão a incessante busca por aprofundamento dos conceitos jurídicos que envolvem a sustentablidade em face à complexidade das relações sociais.

Agradecemos a inestimável contribuição de todos (as) pesquisadores (as) e demais envolvidos (as) na organização do magnífico evento.

Atenciosamente,

Coordenadores

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Prof. Dr. Josemar Sidinei Soares - Universidade do Vale do Itajaí

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG

A MAQUIAGEM VERDE NAS EMPRESAS E OS DISCURSOS SUSTENTÁVEIS: ANÁLISE DAS CONTRADIÇÕES ENTRE AS INFORMAÇÕES DIVULGADAS E A PRÁTICA EMPRESARIAL

GREENWASHING IN COMPANIES AND SUSTAINABLE DISCOURSES: ANALYSIS OF THE CONTRADICTIONS BETWEEN THE INFORMATION DISCLOSED AND BUSINESS PRACTICE

Ana Clara da Silva Ortega [1]
Mariana Ribeiro Santiago [2]
Gean Carlos Balduíno Júnior [3]

Resumo

O presente artigo teve como objetivo refletir sobre o uso do discurso da sustentabilidade nas empresas como forma de maquiagem verde e seu impacto nas esferas consumerista e ambiental. Para tanto, pretendeu-se inicialmente, discorrer a respeito na contextualização da teoria da sustentabilidade nas empresas. Na sequência, buscou-se estudar as contradições apresentadas nos discursos de sustentabilidade quando comparadas com algumas práticas das empresas. O estudo se justifica diante da necessidade de uma atuação empresarial voltada para o alcance efetivo da sustentabilidade, em cumprimento às diretrizes internacionais. Logo, foi possível verificar que é necessária a ampla fiscalização do Poder Público e da sociedade civil para a efetividade do discurso empresarial sobre a sustentabilidade, visto que é relativamente comum algumas empresas utilizarem a maquiagem verde para atrair investidores e assegurar sua manutenção no mercado competitivo. A metodologia de abordagem utilizada foi a dialética tridimensional de Miguel Reale, alinhada aos procedimentos de pesquisa bibliográfico e documental.

Palavras-chave: Atividade empresarial, Competitividade, Ética, Maquiagem verde, Sustentabilidade

Abstract/Resumen/Résumé

The present article aimed to reflect on the use of sustainability discourse in companies as a form of greenwashing and its impact on consumerist and environmental spheres. To that end, the initial intention was to discuss the contextualization of sustainability theory in companies.

---

[1] Doutoranda e Mestre em Direito pela Universidade de Marília (UNIMAR). Bacharela em Ciências Contábeis pela Universidade de Marília (UNIMAR).

[2] Pós-doutorado em Direito pela Justus-Liebig-Universität Gießen – Alemanha. Doutora e Mestre em Direito Civil Comparado pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Professora do PPGD - UNIMAR

[3] Doutorando e Mestre em Direito pela Universidade de Marília (UNIMAR). Especialista em Filosofia e Teoria do Direito pela PUC-Minas e em Direito Civil pela Universidade Anhanguera (UNIDERP).

Subsequently, sought to study the contradictions presented in sustainability discourses when compared to some company practices. The study was justified by the need for business action focused on achieving effective sustainability, in compliance with international guidelines. Thus, it was possible to verify that broad supervision by the Government and civil society is necessary for the effectiveness of the corporate discourse on sustainability, as it is relatively common for some companies to use greenwashing to attract investors and ensure their position in the competitive market. The approach methodology used was Miguel Reale's three-dimensional dialectic, aligned with the bibliographical and documental research procedures.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Business activity, Competitiveness, Ethics, Greenwashing, Sustainability

1 INTRODUÇÃO

Com os avanços provocados pelas revoluções industriais, as dinâmicas empresarial, de produção e de consumo sofreram diversas modificações. Nesse novo contexto, não cabe mais a ideia simplista de que somente o capital produzido é que pode sustentar uma organização. Afinal de contas, a humanidade está passando por um período de descontinuidade sistêmica, caracterizada pela tensão entre a globalização econômica e cultural, assim como a emergência dos limites ambientais, exigindo a transição para uma sociedade sustentável.

De um lado, observa-se a busca por lucros de forma crescente; por outro, vislumbra-se um aumento na demanda por processos empresariais menos impactantes e como um papel social e ambiental importante perante a sociedade.

Assim, a incorporação dos pressupostos sustentáveis aos discursos empresariais tem se caracterizado como um movimento voltado à legitimação do poder das grandes corporações. Não obstante, apesar de os discursos e debates acerca da sustentabilidade estarem presentes cada vez mais na pauta empresarial, muitas organizações discorrem sobre o tema de forma apelativa, gerando discursos tendenciosos e por vezes falsos.

Nesse contexto, chega-se aos seguintes questionamentos: há um deslocamento entre as iniciativas de sustentabilidade divulgadas pelas empresas com a realidade? Existe a necessidade de mudança de valores nas empresas para o alcance da dimensão da sustentabilidade? Partindo de tais indagações, o presente artigo se propõe a analisar o uso do discurso da sustentabilidade nas empresas como forma de maquiagem verde e seu impacto nas esferas consumerista e ambiental.

Para o alcance dos objetivos pretendidos pela pesquisa, no primeiro tópico é estudada a busca pela sustentabilidade nas empresas, realizando uma breve discussão sobre os caminhos percorridos até a compreensão atual acerca da temática. Na seção seguinte, são examinadas as contradições entre discurso e prática da sustentabilidade pelas organizações, refletindo sobre a utilização dos relatórios como forma de alcance de lucros e visibilidade.

A justificativa para a realização do estudo se deve ao fato das necessárias mudanças de paradigmas nas organizações, que devem caminhar rumo à efetiva sustentabilidade no ambiente empresarial, em cumprimento às diretrizes internacionais assumidas pelo Brasil.

Assim, para a concretização da pesquisa, utiliza-se o método dialético jurídico na abordagem, decorrente do tridimensionalismo (REALE, 2002, p. 239-243), partindo de análise de diferentes e conflitantes vertentes sobre o tema, uma vez que se entende a sustentabilidade

sob diversos prismas. As ferramentas e técnicas de pesquisas se concentram nos procedimentos bibliográfico e documental.

2 A TEORIA DA SUSTENTABILIDADE E A BUSCA PELA SUA EFETIVIDADE NAS EMPRESAS

A sociedade contemporânea se insere em um contexto em que o desenvolvimento de novas tecnologias e os meios de comunicação são estimulados de forma frequente, levando-os à propagação da informação de maneira instantânea. Essa era do imediatismo, que encontra subsídios para sua existência, torna-se cada vez mais fluida e líquida (BAUMAN, 2007), em contraposição à solidez de outrora.

Além da liquidez da vida moderna, atualmente a sociedade se depara com uma fragmentação e uma redução de inúmeros conceitos específicos e também do saber e do conhecimento. Para Edgar Morin (2013, p. 73), o progresso dos conhecimentos vem acompanhado de certa regressão do conhecimento pelo avanço do pensamento parcelar e compartimentalizado, no lugar de uma visão de conjunto.

Em outra oportunidade, este referido autor discorre que "é preciso descompartimentalizar as especializações e situar o objeto sempre em seu contexto e em seu complexo" (MORIN, 2013, p. 112). Esse complexo, citado pelo filósofo, comporta problemas próprios à civilização, marcada pelo desenvolvimento ininterrupto de seu caráter técnico-econômico-industrial, o qual, por sua vez, acarreta um crescimento das necessidades, produtos e consumo.

Nesse contexto, com os avanços tecnológicos advindos das revoluções industriais, o modelo de consumo, produção e desenvolvimento adotado pelo homem se intensificou, já que têm como escopo principal sempre o lucro e a exploração de recursos. Entretanto, com o passar do tempo, a produção em grande escala passou a causar uma série de impactos, sem permitir, por exemplo, que o meio ambiente tivesse o tempo necessário para se recuperar. Por isso, percebe-se que, a partir das revoluções industriais, o rápido crescimento econômico se fez acompanhar pela degradação cada vez maior do meio ambiente.

Giddens (1991, p. 16) disserta que o capitalismo tornou a sociedade moderna uma sociedade móvel, inquieta, sedimentada no resultado do parâmetro "investimento-lucro-investimento", cuja tendência implica no lucro. A referida tendência, por sua vez, propicia a expansão do sistema capitalista, de modo a retroalimentar o ciclo de exploração.

É importante observar que as preocupações com as questões ambientais estiveram ligadas, inicialmente, ao temor fundado a respeito das possibilidades de manutenção e crescimento das atividades produtivas, no médio e no longo prazo, diante dos limites colocados pela própria natureza (ANTUNES, 2020, p. 107).

Não tardou, contudo, para que se iniciasse a tomada de consciência de que a sobrevivência digna depende do equilíbrio de todo o ambiente. Dessa maneira, a preocupação com a natureza foi se afirmando a partir da segunda metade do século XX, por meio de diversas discussões internacionais sobre o tema.

Foi em razão deste movimento que, de forma usualmente tratada, o conceito de desenvolvimento sustentável surgiu: tratava-se de uma resposta, por parte da Organização das Nações Unidas (ONU), ao comportamento exacerbado e predatório do crescimento econômico.

Diante das crises que se instalam na sociedade, como adverte Sachs (2007, p. 23), não se pode adotar uma postura comodista diante desta situação. Na visão do autor, "a viabilidade econômica é uma condição necessária, porém certamente não suficiente para o desenvolvimento", eis que "o econômico não é um objetivo em si, é apenas o instrumental com o qual avançar a caminho do desenvolvimento includente e sustentável" (SACHS, 2007, p. 23).

Ainda nas palavras do autor, "a economia capitalista é louvada por sua inegável eficiência na produção de bens (riquezas), porém ela também se sobressai por sua capacidade de produzir males sociais e ambientais" (SACHS, 2008, p. 41-42). Por consequência desse raciocínio dialético, já em outra passagem de sua obra, Sachs (2009, p. 52) prossegue afirmando que "o crescimento econômico ainda se fazia necessário. Mas ele deveria ser socialmente receptivo e implementado por métodos favoráveis ao meio ambiente, em vez de favorecer a incorporação predatória do capital da natureza ao PIB".

Diante disso, a ideia de desenvolvimento sustentável ganhou atenção por meio do Relatório *Brundtland*, ainda na década de 1980. Através deste documento, a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) criticava o modelo adotado pelos países economicamente desenvolvidos e defendia um novo tipo de desenvolvimento, demonstrando a preocupação com as gerações futuras.

Assim, foi definido que o desenvolvimento sustentável pode ser compreendido como aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer as possiblidades de as gerações futuras atenderem suas próprias necessidades (WCED, 1987, p. 24). Mais tarde, com a Declaração de Joanesburgo de 2002, o desenvolvimento sustentável passa a ser entendido, mais especificamente, como aquele que atinge, de forma simultânea, progresso econômico, proteção ambiental e equidade social.

Partindo dessa vertente, John Elkington (2012) buscou trabalhar tais pilares no contexto empresarial, com o objetivo de equilibrar as questões econômicas, sociais e ambientais nos relatórios organizacionais. Seu trabalho culminou no desenvolvimento do que foi denominado de tripé da sustentabilidade, conhecido também como a teoria do *Triple Bottom Line.*

Em complemento a este raciocínio, conforme Barbiere (2020, p. 73), os desafios para a gestão da tríade do desenvolvimento sustentável não se encontram no interior de cada pilar, mas entre eles. Tal fato se deve à constante discussão a respeito do papel que as empresas possuem no alcance da sustentabilidade e como ela deve atender às necessidades e expectativas da sociedade como um todo.

Assim, na visão de Elkington (2012, p. 111), a sustentabilidade pode ser entendida como "um conjunto de valores, objetivos e processos que uma empresa deve focar, com o objetivo de criar valor econômico, social e ambiental e, por meio desse conjunto, minimizar qualquer dano resultante de sua atuação"

Nesse contexto, a atividade empresária deve se constituir um negócio justo e igualitário, com a possibilidade de diminuição da miserabilidade e da exploração humana. Além disso, deve a atividade empresarial buscar prevenir danos ao meio ambiente, para que se mantenha condições dignas da existência das presentes gerações, assim como proporcione a habitabilidade do planeta para as gerações futuras. Por fim, deve ainda a atividade empresária preocupar-se com as condições de desenvolvimento econômico, para evitar práticas que impliquem em superendividamento e aumento de índices de inadimplência (SANTIAGO; BEZERRO, 2017, p. 474).

Saliente-se que o trabalho desenvolvido por Elkington visa ampliar a perspectiva de sucesso de uma empresa, extrapolando os resultados meramente financeiros e incluindo o reflexo da atividade empresarial no mundo através do seu impacto social e ambiental. Essa visão mais abrangente buscou justamente incluir, de forma definitiva nas empresas, as preocupações com o desenvolvimento sustentável que vinham ganhando corpo nas últimas décadas.

Desse modo, questiona-se cada vez mais certos pontos, como a razão da existência das empresas, como elas deveriam atender às necessidades e expectativas dos envolvidos e como elas devem ser configuradas dentro desse novo contexto. A responsabilidade exclusiva do Estado mostra-se falaciosa, ao se realizar uma análise da situação contemporânea; além disso, na busca por novas formas de implementação de direitos sociais, desponta o setor privado como agente facilitador de tais garantias (GUERRA FILHO; TURQUETI; LIMA, 2021, p. 665).

No que diz respeito à empresa, Diniz (2018, p. 410) ressalta a importância da função social por promover a restrição de determinados comportamentos, diante do princípio da boa-fé objetiva, concretizar programas de inclusão social, prestar serviços à sociedade, privilegiar o cumprimento dos deveres, buscar a preservação ambiental e outras medidas de interesse coletivo.

Dessa forma, a expectativa de que as empresas devem contribuir de forma progressiva com a sustentabilidade surge do reconhecimento de que os negócios precisam de mercados estáveis, e que devem possuir habilidades tecnológicas, financeiras e de gerenciamento necessário para possibilitar a para transição rumo ao desenvolvimento sustentável.

Por sua vez, Almeida (2009, p. 46) afirma que "[...] a credibilidade das empresas está atrelada ao grau de responsabilidade que assumem diante dos problemas que afligem o mundo". Paralelamente, Antunes (2020, p. 136) defende que é nesse ponto que os consumidores podem ocupar papel de destaque na determinação das prioridades que serão estabelecidas no mundo empresarial, ao optarem pelos serviços e produtos fornecidos por agentes econômicos com boa credibilidade, quando se leva em conta a proteção ambientação e a responsabilidade social em suas práticas.

Logo, as preocupações supracitadas, que emergiram ainda na década de 70, passaram a exercer influência em mudanças práticas do dia a dia organizacional. De um lado, tem-se a busca por lucros crescentes, enquanto que, de outro, observa-se o aumento na demanda nos processos empresariais menos impactantes. Assim, como é possível verificar, a mudança de pensamento e de paradigmas deve ser o escopo das novas empresas responsáveis com a sociedade.

Não por outra razão que Pretti e Medeiros Neto (2021, p. 65) afirmam:

> [...] o período que se vive, de constantes debates sobre a necessidade da sustentabilidade, cria um terreno fértil não só para a ampliação e aprofundamento das pesquisas no campo acadêmico, mas principalmente para as organizações compreenderem e intentarem ações em direção à lógica do desenvolvimento sustentável.

Desse modo, Elkington (2012) observa que o momento atual de revolução cultural exige que as corporações estejam preparadas para se dirigirem na direção de uma forma sustentável. Já Manzini e Vezzoli (2002) afirmam que a humanidade está passando por um período de descontinuidade sistêmica, caracterizada pela permanente tensão entre o desenvolvimento econômico e a globalização cultural; ademais, a ascensão do patamar de

emergência ambiental também acabou por exigir, de forma premente, a transição para uma sociedade com o intuito de ser sustentável, justamente para tornar possível a manutenção da vida no planeta.

Do ponto de vista empresarial, a viabilidade econômico-financeira dos negócios é fator primordial na gestão corporativa. Contudo, inegável é o fato de que o conceito de sustentabilidade deve ser inserido nessa perspectiva para se resguardar a qualidade na produção e nos lucros, a longevidade dos negócios e o bem-estar comum a todos os envolvidos na cadeia produtiva (MAZZUOLI; CUNHA, 2018, p. 31). Sendo assim, a perspectiva econômico-financeira de um empreendimento deve associar-se a outras preocupações salutares, como a integridade do meio ambiente e o desenvolvimento social.

Cabe salientar ainda que o argumento de Elkington caminha no sentido de que o conceito do *Triple Bottom Line* tinha o idealismo de incentivar as empresas a rastrear e gerenciar o valor econômico, social e ambiental, de modo a provocar um pensamento mais profundo sobre o capitalismo e seu futuro, mas as corporações adotantes em geral entenderam o conceito apenas como um ato de equilíbrio entre o tripé (ELKINGTON, 2018).

Nesse mesmo caminho, para alguns autores, o termo sustentabilidade vem sendo usado há décadas "em demasia, de forma genérica, e com uma abrangência que dificulta o entendimento dos executivos e a objetividade que o mundo dos negócios (organizações) carece" (SILVA, 2023, p. 248).

Nesta busca pela incorporação da sustentabilidade, o ambiente corporativo passou a agregar nos últimos anos o novo termo ESG (que se refere à sigla dos termos, em inglês, *Environmental, Social and Corporate Governance*) em seus discursos, como norte para as estratégias a serem trabalhadas e analisadas.

O termo ESG foi cunhado em uma publicação do ano de 2004 do Pacto Global, que se referia à iniciativa da ONU para encorajar o mercado privado na adoção de responsabilidade social corporativa. Suas diretrizes têm ganhado força em anos recentes, como um reflexo da disseminação da noção de multidimensionalidade relacionada à sustentabilidade.

Presente como pauta obrigatória nas discussões empresariais atualmente, de modo especial nas grandes empresas do mercado financeiro, a agenda ESG trata o fator econômico incorporando os princípios da governança corporativa e abordando também a transparência na divulgação de informações, os comitês de auditoria, a conduta corporativa e o combate à corrupção.

Foi em 2020 que se presenciou o *boom* da temática ESG, como consequência da pandemia do novo coronavírus (COVID-19): esse itinerário se materializou como um lembrete

do desequilíbrio dentre os sistemas que nos sustentam, quais sejam, o econômico, o social e o ambiental. Essa ilustração representou o colapso na relação da sociedade com o meio ambiente e expôs as vulnerabilidades na interdependência das dimensões econômica e social, emergindo também uma discussão sobre a atuação das empresas nessas questões.

Para certos autores, a assimilação da ESG pelo mercado econômico é um ponto de inflexão para o capitalismo atual e uma nova tentativa – e esperança – de efetivação de proteção social e de dignidade da pessoa humana (GUERRA FILHO; TURQUETI; LIMA, 2021, p. 682). Além disso, a ESG também é considerada como um parâmetro para investimentos, por meio da avaliação do próprio mercado econômico da atuação empresarial nas esferas ambiental, social e de governança (GUERRA FILHO; TURQUETI; LIMA, 2021, p. 666).

Por outro lado, Belinky (2021, p. 39) não considera a ESG como um novo nome para a sustentabilidade:

> [...] acreditar que a ampla disseminação da perspectiva ESG esgota a contribuição do setor empresarial no que diz respeito ao desenvolvimento sustentável é uma perigosa ilusão, por dois principais motivos: primeiro, porque gera uma sensação de "dever cumprido", enquanto o problema real da crise planetária criada pela falta de sustentabilidade de nosso modelo de produção e consumo continua longe de ser resolvido; segundo, porque ainda é muito grande a imprecisão do que seja um 'bom desempenho ESG'. (BELINKY, 2021, p. 40)

Nesse mesmo sentido, Silva (2023, p. 255) corrobora com o raciocínio ao afirmar que a agenda ESG "[...] não carrega, por natureza, um gene de sustentabilidade. Uma empresa pode ser muito bem avaliada em uma classificação ESG, mas dizer que essa empresa tem um excelente desempenho em sustentabilidade empresarial é uma afirmação diferente". Desse modo, é válido questionar os resultados efetivos das ações baseadas nessa nova dinâmica, uma vez que pode haver um deslocamento entre as iniciativas reportadas nos relatórios e a realidade.

Isto tudo porque a sustentabilidade na esteira empresarial deve guiar o propósito da organização. Ou seja, fazer o certo porque é, de fato, o correto a se fazer. Uma construção da identidade empresarial em compromissos baseados em valores que permeiem a cultura organizacional da empresa e que considerem os seus *stakeholders*[1] e as suas implicações na estrutura, gestão, estratégia e tomada de decisões da organização.

[1] O termo *stakeholder* é amplamente utilizado no ambiente corporativo para se referir a todas as pessoas envolvidas em um processo de uma empresa, corporações de negócios, agências governamentais ou organizações sem fins lucrativos.

O que se observa, atualmente, é que ser reconhecido por cuidar do meio ambiente, promover impacto social positivo e adotar uma conduta corporativa ética vem se tornando verdadeiro modelo institucional no mundo dos negócios. Certas organizações vêm se beneficiando de processos de comunicação e divulgação de produtos e serviços com apelo ambiental e social, muitas vezes abusando de selos, certificados e termos ligados à sustentabilidade (como ecológico, sustentável ou mesmo amigo do meio ambiente). Esse comportamento empresarial, assemelhado ao que seria uma forma de lavagem ou maquiagem verde, se tornou estratégia para a busca por lucratividade, ferindo os objetivos da sustentabilidade e causando risco para equidade intergeracional, conforme se terá a oportunidade de analisar a seguir.

3 MAQUIAGEM VERDE E AS CONTRADIÇÕES NOS DISCURSOS DE SUSTENTABILIDADE

A empresa, nos padrões conhecidos de hoje, passou por diversas mudanças em atendimento às demandas sociais, à competitividade, à influência do mercado externo, entre outras situações. No contexto contemporâneo, não é possível empreender visando somente o lucro, pois há a necessidade de se criar mecanismos para que, concomitantemente ao crescimento monetário, haja desenvolvimento social.

A atividade empresarial está sofrendo alterações em suas funções, de modo a acompanhar a realidade social e aprimorar sua relação com o interesse coletivo, com responsabilidades sociais. Valores como a dignidade humana, solidariedade social e justiça social encontram-se presentes cada vez mais na visão empresarial atual. Nesse sentido, o cumprimento dos interesses coletivos está baseado, principalmente, na função social que a empresa possui, conforme é disposto no artigo 170 da Constituição Federal de 1988.[2]

Ocorre que, em uma visão mercadológica, as empresas que buscam estabelecer bases de preocupação social e ambiental estão ganhando maior credibilidade perante a sociedade, alcançando maior valorização em seus produtos e serviços, devido à crescente conscientização da coletividade de consumidores.

[2] Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:
[...]
III - função social da propriedade;
[...] (BRASIL, 1988).

Isto se deve ao fato de que a narrativa nos relatórios sobre questões conexas à sustentabilidade torna tais práticas atraentes, que são cada vez mais adotadas pelas organizações para atender a impulsos estratégicos, especialmente voltados à potencialização do consumo, e expectativas institucionais. Não obstante, observa-se que os objetivos originais da sustentabilidade nas empresas são substituídos pelo conceito de criação de valor, tanto para os investidores quanto para os *stakeholders* (que, como visto, abarcam a sociedade civil e outros setores impactados pelas decisões corporativas de uma organização).

Assim, para Fiorillo (2022, p. 210), ao serem "cobradas" a assumir os "compromissos" anteriormente aduzidos e visando dar visibilidade que poderia ser entendida por parte dos consumidores como iniciativas positivas em proveito de todos, muitas empresas, com a evidente intenção de melhorar sua imagem para o público em geral e evidentemente impulsionadas por mais lucros, têm usado a agenda ESG, ou o discurso de sustentabilidade, como eficiente tática de *marketing*.

Desse modo, parece haver um descolamento entre as iniciativas de ESG reportadas nos relatórios e a realidade empresarial, mesmo que tal comportamento seja praticamente unânime entre as empresas e receba cada vez mais atenção e investimentos. Logo, muitas empresas têm sido criticadas por associarem suas imagens ao conceito do sustentável sem, de fato, estarem agindo a contento com tal ideal.

Tais críticas carregam em seu âmago a noção de que sistemas econômicos produtivistas, causadores de desequilíbrio ambiental e social, são contraditórios quando fazem opção pelas práticas da sustentabilidade, uma vez que, neste tipo de jogo, pode ser mais vantajoso sustentar uma imagem de ser sustentável do que ser verdadeiramente sustentável e agir de acordo.

Nesse sentido, apoiadas nesta necessidade de aparentar serem sustentáveis, muitas empresas se utilizam do *marketing* para atrair novos consumidores, mascarando atitudes que não são ecológicas (ou ao menos dissociadas do conceito de sustentabilidade). Estas empresas passam a gerenciar como querem ser percebidas pela sociedade, associando-se ao massivo interesse público pelas questões ambientais e sociais.

No denominado cenário da sustentabilidade que se presencia atualmente, tem sido usado de forma rotineira por parte de algumas firmas o denominado *greenwashing* – já referido neste estudo como lavagem ou maquiagem verde, que consiste na falsa aparência de sustentabilidade, quando empresas promovem técnicas de fachada apenas para captarem uma parcela de consumidores que detém atenção às questões voltadas à perpetuação equilibrada da

vida no planeta, sem que tais práticas sejam compatíveis com a política institucional da própria empresa.

Em outras palavras, *greenwashing* tem por definição, segundo o Cambridge Dictionary, "*to make people believe that your company is doing more to protect the environment than it really is*". Em tradução livre do termo, seria uma forma de lavagem verde de produtos e mercadorias, de modo a vincular a ideia de sustentabilidade ambiental à publicidade de produtos e serviços que, em verdade, nada possuem de sustentáveis.

Outrossim, Azevedo et al. (2014, p. 4) entendem que o termo *greenwashing* é usado para "caracterizar informações tendenciosas ou propagandas inverídicas de algum produto ou serviço rotulado de 'ecologicamente correto' ou que de alguma forma visem mascarar a má conduta ambiental de uma organização ou indivíduo".

Sendo assim, o *greenwashing* tem como objetivo criar uma imagem positiva diante da opinião pública, ocultando ou desviando a atenção de impactos ambientais negativos gerados pelas empresas. O termo está diretamente associado às ações de *marketing* que são elaboradas 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 (VIDAL DE SOUZA, 2017).

Em pesquisa direcionada aos consumidores, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) analisou mais de 500 embalagens de produtos de higiene, limpeza e utilidade doméstica para verificar a prática do *greenwashing*. Com isso, dezenas de empresas brasileiras foram notificadas a prestar esclarecimentos sobre possíveis práticas enganosas e convidadas a adequar suas embalagens (IDEC, 2019).

A utilização dos relatórios de sustentabilidade de forma parametrizada constitui um importante mecanismo para obtenção de informações acerca do desempenho empresarial, de modo a propiciar a gestão estratégica e informacional em nível sistêmico.

O que se observa é que a falta de transparência nos relatórios empresariais permite que as empresas possam apresentar os números descontextualizados ou de forma a beneficiá-las indevidamente, podendo ser, nesse caso, um dos fatores de maior contribuição para o efeito *greenwashing*. Como a publicação do relatório de sustentabilidade é uma prática voluntária, as empresas têm discricionariedade para escolher os temas que venham a se tornar do conhecimento geral.

De acordo com Martini Junior, Silva e Mattos (2014, p 37), os relatórios de responsabilidade social corporativa podem ser desvirtuados do seu propósito original – que

seria voltado à transparência do desempenho social, ambiental e financeiro das empresas – e se transformarem em peças publicitárias com forte coloração de maquiagem verde.

No Brasil, o principal *ranking* de ESG é representado pelo ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), conduzido pela Bolsa de Valores de São Paulo (B3), e realizado pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV). O índice foi iniciado em 2005 e elaborado com base em experiências de mensuração internacionais.

Assim, o ISE tem como principal propósito refletir o retorno de uma carteira, sendo composto por ações de empresas reconhecidamente comprometidas com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial, além de atuarem como promotoras de boas práticas no meio empresarial brasileiro (SILVA; LUCENA, 2019, p. 112).

O ISE também tem sido utilizado como um instrumento de comparação objetiva em relação ao desempenho das empresas de capital aberto, que se destacam pela busca no alinhamento dos seus preceitos aos da sustentabilidade e por adotarem práticas que contribuem para o desenvolvimento sustentável. Nesse contexto, é válido observar alguns casos de empresas que utilizam o discurso de sustentabilidade, mas que apresentam certas discrepâncias com a realidade.

Analisando casos como da empresa Vale S. A., verifica-se que, em seus próprios veículos de publicidade (VALE, s. d.), a companhia aparece como sendo totalmente focada na sustentabilidade, proteção ambiental e nas ações de impacto social, com construção com as comunidades locais. Há até a afirmação de que tais práticas são as alavancas do seu negócio – ou seja, totalmente alinhada com a ideia da agenda ESG, ao menos na teoria.

No entanto, como uma das maiores empresas do setor de mineração mundial e que atua também em menos escala no setor de logística, a Vale S. A. apresenta contradições ao buscar diminuir os custos de indenizações contra os atingidos pelos seus mais recentes danos ambientais, com consequências sociais e ambientais fortes até hoje, como no caso ocorrido na região de Mariana/MG, mesmo oito anos após o desastre.[3]

Em 2018, um ano antes do rompimento da barragem em Brumadinho/MG, o *chief financial officer* (CFO) da Vale S. A. afirmou que a empresa estava focada em melhorar a

[3] Em 5 de novembro de 2015, a barragem da mineradora Samarco (controlada pela Vale e pela BHP Billiton), rompeu-se, causando uma grande enxurrada de lama tóxica. O composto bioquímico devastou o distrito de Bento Rodrigues, no município de Mariana, destruindo casas e ocasionando mortes de diversos moradores e funcionários da própria mineradora. De acordo com o Governo Federal, o acidente afetou: 663 km de rios e córregos; 1.469 hectares de vegetação; 207 das 251 edificações de Bento Rodrigues; 600 famílias, as quais ficaram desabrigadas. O desastre trouxe grandes prejuízos e impactos ambientais sem precedentes na história.

eficiência e cortar custos (GOEKING, 2018). Um ano depois, aconteceria o maior desastre de impacto social brasileiro, com 270 vítimas, além do impacto na vida de dezenas de milhares de pessoas que viviam na região e perderam seu sustento com a contaminação.[4] Até hoje, o Instituto Mineiro de Gestão das Águas (IGAM) recomenda o não uso da água do Paraopeba até 250 km de distância da barragem rompida.

Outra empresa que merece reflexão é a Natura Cosméticos S. A., empresa brasileira que atua no setor de cosméticos e é considerada a mais engajada no que diz respeito às práticas de ESG. Apesar de seu histórico engajamento em questões socioambientais desde que realizou a abertura na bolsa de valores em 2004 – a empresa, por exemplo, não realiza mais testes em animais e possui uma política de redução da sua produção de gás carbônico –, ela possui algumas contradições do ponto de vista social (ligado, portanto, à ideia de sustentabilidade).

A título de exemplo acerca de tais paradoxos, no final de março de 2022, o Sindicato dos Químicos Unificados deflagrou greve, juntamente com trabalhadores da própria Natura Cosméticos S. A., reivindicando melhores condições de trabalho. A empresa, apenas após ter sido pressionada, iniciou negociações com os grevistas.

Por conseguinte, é inegável a necessidade da prática sustentável na perspectiva empresarial, principalmente diante dos desafios impostos pelas mudanças climáticas e pelo contexto de desigualdade socioeconômica crescente. A esse respeito, Guerra Filho, Turqueti e Lima (2021) defendem que "[...] engajamento social empresarial, no contexto atual, deverá ocorrer, independentemente da motivação adjacente: quer seja por exclusivo propósito de publicidade e gestão de marca (branding) ou orientado por verdadeiras intenções beneficentes e altruístas".

Percebe-se, então, que os exemplos empresariais mencionados tornam contraditórios os discursos das próprias empresas em relação às suas práticas desenvolvidas no campo da sustentabilidade – ou ainda no contexto da agenda ESG. Em outras palavras, para a manutenção de um ambiente competitivo, as empresas apresentam ações questionáveis, do ponto de vista da própria sustentabilidade.

Outrossim, verifica-se que a responsabilidade do empresário pela maquiagem verde não pode ser atenuada nem relativizada por nenhuma justificativa natural ou de mercado. Ela

[4] Brumadinho, cidade localizada no Estado de Minas Gerais, sofreu uma situação muito semelhante à anterior, inclusive envolvendo as mesmas organizações. A região enfrentou um intenso desastre ambiental, em 25 de janeiro de 2019, no qual a Barragem B1 da Mina Córrego do Feijão, da mineradora Vale S. A., rompeu-se, desembocando uma enorme quantidade de lama tóxica que destruiu a comunidade próxima e construções da própria empresa. O crime ambiental causado pela enxurrada de lama atingiu, aproximadamente, 125 hectares de florestas que foram perdidos, além de instalações, casas e veículos, deixando mais de 200 mortos e muitas pessoas desaparecidas.

sempre estará no campo de liberdade de escolha do gestor e da empresa, na forma como escolhe lidar com seus produtos e mercado consumidor (GOES; REBOUÇAS, 2017, p. 98).

Deve-se ter claro que o conceito de sustentabilidade, por sua via, não pode ser enxergado apenas numa perspectiva retórica, decorativa, construída a partir de discursos politicamente corretos. Tal parâmetro também é ponto de partida para diversas aplicações práticas e congrega dimensões éticas, que devem nortear as organizações, a partir de um diagnóstico do tempo presente.

Todos os atores envolvidos no desenvolvimento econômico precisam de uma perspectiva clara e transparente de como as organizações estão lidando com questões relacionadas com a sustentabilidade. Sendo assim, as informações provenientes dos relatórios devem extrapolar os problemas de mudanças climáticas ligados a emissão de gás carbônico, estendendo-se também às questões sobre como cada instituição contribui com os pilares elencados no âmbito da própria sustentabilidade.

Para Vidal de Souza e Mezzaroba (2022, p. 271):

> [...] os famigerados *rankings* de governança ambiental, social e corporativa (ESG) ainda estão cercados de situações explícitas de *greenwashing*, muito embora os investimentos sustentáveis, ou seja, aqueles que levam em conta os fatores ESG na seleção do portifólio tenham crescido de forma vertiginosa nos últimos 5 anos, o que enfatiza a ideia de que o ESG pretende engalfinhar as discussões referentes às três dimensões do desenvolvimento sustentável: econômica, social e ambiental e os princípios previstos na agenda 2030, com os desafios contidos nos 17 ODS.

Em uma visão crítica, Voltolini (2021, p. 63-64) sustenta que nos últimos anos grande parcela das empresas que alegaram a utilização da teoria dos três pilares da sustentabilidade "no cotidiano dos negócios sequer compreendeu direito o seu conteúdo aspiracional. Convenientemente, ainda hoje é usado como base para mantras corporativos. Preenche discursos vazios de práticas". Em outras palavras, falsas práticas são investidas e publicizadas, vindo a formar aquilo que se denominou de maquiagem verde.

Para que os indicadores de sustentabilidade empresarial se disseminem, se fortaleçam e sejam cada vez mais confiáveis é necessária a adoção de padrões de relatórios consistentes, a melhora na qualidade, quantidade e acessibilidade dos dados e a revisitação de políticas e padrões internos com vistas à valorização e ao avanço da sustentabilidade.

As crises que hoje se instalam no âmbito econômico, fiscal e financeiro não podem ser solucionadas apenas pela singela apropriação do termo sustentabilidade. Todas as atividades empresariais devem exercer suas atividades com ética, fidúcia, transparência e probidade, em

conformidade com parâmetros justos e princípios vinculados à livre iniciativa, função social da empresa e à sustentabilidade.

Mais que uma singela inverdade, a falsa postura sustentável por vezes leva empresas a caminhos diametralmente opostos, uma vez que não só faltam com a verdade, como também descumprem requisitos básicos que deveriam observar, de caráter consumerista, concorrencial, trabalhista ou mercadológico.

A começar pela Constituição Federal, é inequívoco que a ordem econômica tem por finalidade assegurar a existência digna das pessoas e justiça social, razão pela qual o empresário tem a obrigação – e não a faculdade – de exercer a função que dele se espera, sobretudo quanto ao dever geral de cuidado de bens tutelados, como o meio ambiente, a proteção do consumidor e do trabalhador, assim como assegurar direitos sociais, dentre outros (BRASIL, 1988).

Por outro lado, não se pode esquecer que a legislação infraconstitucional exige do gestor uma conduta proba, pautada na transparência, integridade, respeito e confiança com o outro, principalmente os hipossuficientes, como dispõe, por exemplo, o Código de Defesa do Consumidor.[5]

Dessa maneira, é vedado o uso abusivo das informações, assim como a veiculação de conteúdo enganoso com intuito de ludibriar o destinatário da mensagem, de sorte que não se pode admitir que companhias vendam valores que não são efetivamente praticados ou, ainda, práticas socioambientais como se voluntárias e espontâneas fossem, quando na verdade decorrem de mera obrigação legal ou condição básica para sua operação.

De toda forma, ainda que seja considerada como um *plus* para alguns, a busca pela sustentabilidade empresarial, que não pode ser tida como simples selo de qualidade (como já ocorrera com a adoção da ISO)[6], só deveria ser objeto de intitulação própria ou autopromoção em hipóteses efetivamente genuínas, para não desmerecer e esvaziar o conceito.

A pauta da sustentabilidade, especialmente no que tange a sua implementação nas empresas, é temática de suma importância e merece a observância do mercado, a qual não pode ser usada inadvertidamente como instrumento raso de relações públicas ou valorização de marca, que só fazem desestimular e banalizar o assunto.

---

[5] Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:
I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo; [grifo nosso]
[...] (BRASIL, 1990).

[6] A ISO tem como objetivo principal aprovar normas internacionais em todos os campos técnicos, como normas técnicas, classificações de países, normas de procedimentos e processos etc.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações oriundas das revoluções industriais, aliadas ao avanço tecnológico, aceleraram o processo de degradação ambiental e de desigualdade na sociedade. Nesse contexto, conforme evidenciado na pesquisa, a atividade empresarial enfrenta um cenário em que a busca desenfreada pelo lucro não é mais aceita nem suficiente para garantir a sua perenidade.

A sustentabilidade no contexto empresarial tem sido tema de grande discussão, ganhando evidência nos últimos anos expressões como a agenda ESG, como medida para avaliar e medir o desempenho das empresas diante das questões ambientais, sociais e de governança corporativa – e não simplesmente através da métrica de lucros periódicos.

No entanto, verificou-se ser relativamente comum que algumas empresas utilizam o discurso da sustentabilidade para a criação de valor para potenciais investidores, visando obter ganho de imagem perante o mercado, evidentemente impulsionadas por mais lucros. O problema maior surge quando essas empresas disseminam a imagem de sustentabilidade, enquanto que, na prática diária, agem na linha do capitalismo selvagem, sem limites e sem escrúpulos.

Os compromissos públicos assumidos pelas empresas carecem de metas objetivas e exequíveis. Os problemas no contexto econômico, social e ambiental da atualidade não podem ser solucionados apenas pela mera apropriação de termos como eco e verde, nem pela banalização da sustentabilidade. Nesse ponto, verifica-se ainda que os relatórios divulgados pelas companhias, em geral, são programáticos e não possuem padrões pré-estabelecidos para a divulgação das informações para os investidores e consumidores.

Portanto, há ainda um grande espaço a ser preenchido não apenas pelo Estado e órgãos reguladores, para a regulamentação da matéria, mas também pelas empresas e pela própria sociedade, para assumirem o compromisso efetivo com a agenda sustentável, em prol do combate a maquiagem verde, compreendida em seu viés enganoso em detrimento da sustentabilidade e dos próprios consumidores.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Thiago Caversan. **Estabilidade jurídica e desenvolvimento sustentável**: coisa julgada e sustentabilidade. Tese (Doutorado em Direito – Empreendimentos Econômicos, Desenvolvimento e Mudança Social) – 230 f. Universidade de Marília, Marília, 2020.

BAUMAN, Zigmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BELINKY, Aron. Seu ESG é sustentável? **GV-Executivo**, [s. l.], v. 20, n. 4, p. 37-44, 13 dez. 2021.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2023]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 2 ago. 2023.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [2023]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em 2. ago. 2023.

DINIZ, Maria Helena. A importância da função social da empresa. **Revista Jurídica Unicuritiba**, Curitiba, v. 2, n. 51, p. 387-412, abr./jun. 2018. DOI: http://dx.doi.org/10.21902/revistajur.2316-753X.v51i2.2815. Disponível em: http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/2815/371371482. Acesso em: 2 ago. 2023.

ELKINGTON, Jonh. **Canibais com garfo e faca**. M. Books: São Paulo, 2012.

ELKINGTON, Jonh. 25 years ago I coined the phrase TBL: Heres why its time to rethink it. **Havard Business Review**, jun. 2018. Disponível em: https://hbsp.harvard.edu/product/H04E7P-PDF-ENG. Acesso em: 2 ago. 2023.

GALANO, Carlos. Manifiesto por la vida: por una ética para la sustentabilidad. **Ambiente & Sociedade**, [s. l.], v. 5, n. 10, p. 149-162, jun. 2002.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

GOES, Helder Leonardo de Souza; REBOUÇAS, 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.

GUERRA FILHO, Willis Santiago; TURQUETI, Daniele de Mattos Carreira; LIMA, Marcus Vinicius Rodrigues. A responsabilidade pelo enfrentamento de demandas sociais: a assimilação empresarial do conceito e a nova onda *ESG*. **Revista Jurídica Unicuritiba,** Curitiba, v. 01, n. 63, p. 663-683, jan.- mar. 2021.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. ESG (Environmental, Social and Corporate Governance): A publicidade enganosa e a publicidade abusiva em face do direito empresarial ambiental brasileiro. **Revista Direitos Culturais**, Santo Ângelo, v. 17, n. 41, p. 207-223, jan./abr. 2022. Disponível em: https://san.uri.br/revistas/index.php/direitosculturais/article/view/714/369. Acesso em 2 ago. 2023.

GOEKING, Weruska. Vale foca em eficiência e redução de custos para menor endividamento e dividendos elevados. **InfoMoney**, 29 ago. 2018. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/negocios/vale-foca-em-eficiencia-e-reducao-de-custos-para-menor-endividamento-e-dividendos-elevados/. Acesso em 2 ago. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (IDEC). **Mentira verde**: a prática *greenwashing* nos produtos de higiene, limpeza e utilidade doméstica no mercado brasileiro e suas relações com os consumidores. São Paulo, 2019. Disponível em: https://idec.org.br/ferramenta/pesquisa-greenwashing. Acesso em 2 ago. 2023.

LIMA, Gabriela Eulalio de. **A complexidade do mercado de consumo**: um estudo sobre a (in) eficiência do compliance para o bem-estar social. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2022.

MARTINI JUNIOR, Luiz Carlos de; SILVA, Elmo Rodrigues da. MATTOS, Ubirajara Aluízio de Oliveira. **Sistemas & Gestão**, [s. l.], v. 9, n. 1, p. 34-46, 2014. Disponível em: https://www.revistasg.uff.br/sg/article/download/V9N1A4/SGV9N1A4/2315. Acesso em 2 ago. 2023.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlos. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. São Paulo: EDUSP, 2002.

MAZZUOLI, Valerio de Oliveira. CUNHA, Matheus Lourenço Rodrigues da; Compliance: de Instrumento de sustentabilidade empresarial a mitigador de violações a direitos humanos e fundamentais. **Revista Jurídica UNIGRAN**. Dourados, MS, v. 20, n. 39, jan. /jun. 2018.

MORIN, Edgar. **A via par o futuro da humanidade.** Rio de Janeiro: Bertrand, 2013.

PRETTI, Gleibe. Sustentabilidade no trabalho e governança corporativa, como podemos ter a junção de ambos? **Revista educação**, [s. l.], v. 16, n. 2, p. 59-69, out. 2021.

REALE, Miguel. **Filosofia do direito**. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

SACHS, Ignacy. Primeiras Intervenções. *In*: NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do; VIANNA, João Nildo. **Dilemas e desafios do desenvolvimento sustentável no Brasil**. Rio de Janeiro: Garamond, 2007.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento includente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SANTIAGO; Mariana Ribeiro; BEZERRO, Eduardo Buzetti Eustachio. Relações de consumo na pós-modernidade: o consumo colaborativo como instrumento de sustentabilidade. **Revista de Direito da Cidade**, v. 09, n. 2. p. 463-481, 2017. Disponível em: https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/rdc/article/view/26970. Acesso em: 2 ago. 2023.

SILVA, Fábio Coelho Netto Santos e. Sustentabilidade empresarial e ESG: uma distinção imperativa. **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 247-258, 2023.

SILVA, Vanessa de Meneses; LUCENA, Wenner Glaucio Lopes. Contabilidade ambiental: análise da participação no índice de sustentabilidade empresarial (ISE) e a rentabilidade das empresas listadas na [B]3. **Revista Gestão & Tecnologia**, Pedro Leopoldo, v. 19, n. 2, p. 109-125, abr./jun. 2019. Disponível em: http://revistagt.fpl.edu.br/get/article/view/1563/932. Acesso em 2 ago. 2023.

VALE S.A. **Impacto às Comunidades**. Disponível em: https://vale.com/pt/web/esg/impacto-comunidades. Acesso em 2 ago. 2023.

VIDAL DE SOUZA, José Fernando; MEZZAROBA, Orides. Conhecer para não se iludir: (Re) leitura dos fundamentos do ESG. **Conpedi Law Review**, [s. l.], v. 8, n. 1, p. 249-273, 16 dez. 2022. Disponível em: https://indexlaw.org/index.php/conpedireview/article/view/9061/pdf. Acesso em 2 ago. 2023.

VOLTOLINI, Ricardo. **Vamos falar de ESG?** provocações de um pioneiro em sustentabilidade empresarial. Belo Horizonte: Voo, 2021.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED). **The Brundtland Report - Our Common Future**. Oxford University Press: London, 1987.