

A relevância dos padrões ESG¹

Alessandro Janoni²

Falhas em processos de mitigação e adaptação às mudanças climáticas, desastres naturais, colapso do ecossistema, migração involuntária em larga escala e erosão da coesão social são alguns dos principais riscos globais para os próximos 10 anos, segundo a edição mais recente do Global Risks Report do Fórum Econômico Mundial. O relatório é resultado de uma pesquisa junto a 1200 especialistas, de formuladores de políticas públicas a líderes da indústria.

A “transição verde” e a ampliação dos padrões ESG (sigla em inglês para governança ambiental, social e corporativa) tornam-se vetores urgentes de impacto sobre a esfera empresarial e determinam a interação de seus atores com os cenários político, social e econômico. E o Brasil tem papel importante na tendência.

Estudo do laboratório digital do Grady College da Universidade da Geórgia em parceria com a Imagem Corporativa aponta um crescimento significativo de temas que compõem o tripé do crescimento sustentável na cobertura internacional sobre o país.

Foram rastreados mais de 33 mil artigos em língua inglesa nas plataformas digitais de veículos de comunicação em 135 países de janeiro de 2022 a setembro de 2023. Dos temas correlatos, o meio ambiente é o mais associado ao país, com quase 30 mil menções nesse espaço de tempo. Referências a “transição energética”, “sustentabilidade”, “política ambiental”, entre outras, têm crescimento de 38% nos primeiros nove meses deste ano, comparando-se com igual período do ano passado.

Com mais de 17 mil menções, aparecem termos relacionados ao bloco de ética corporativa e governança. Assuntos como “práticas trabalhistas justas”, combate à “corrupção”, “transparência corporativa ou governamental”, entre

¹ Artigo publicado em Valor Econômico. Disponível em:

<https://valor.globo.com/opiniaao/coluna/a-relevancia-dos-padroes-esg.ghtml>

Acessado em 21.12.2023

² Diretor de Pesquisas e Tendências na Imagem Corporativa

outras, aumentaram aproximadamente 50% de janeiro a setembro de 2023, comparando-se com os dados equivalentes de 2022.

Mesmo com números mais modestos (quase 3 mil citações), a esfera social que agrega temas como “igualdade racial”, “igualdade de gênero”, “oportunidades de emprego”, “combate à desigualdade” quase dobrou nos nove primeiros meses deste ano. De um modo geral, considerando-se o total da amostra, pela metodologia do estudo, a grande maioria dos artigos (93,5%) é considerada neutra.

Na mídia nacional, a tendência de crescimento nas menções a temas correlatos à pauta ESG em 2023 concentra-se mais no vetor ambiental, apesar do social e o de governança também apresentarem peso quantitativo importante.

Rastreamento realizado pela Imagem Corporativa em portais de conteúdo noticioso do país (excluindo-se redes sociais), com a mesma metodologia da Universidade da Geórgia, revela crescimento de 58% das referências à área ambiental, 43% nas relativas às sociais e de 1% nas que envolvem o conceito de governança, comparando-se os nove primeiros meses deste ano com período equivalente de 2022.

Como era de se esperar, as menções são muito mais numerosas do que as observadas na mídia estrangeira e há uma melhora na percepção sobre os assuntos abordados. Calculando-se o índice de imagem dos temas tratados, que vai de zero (extremo negativo) a 200 pontos (extremo positivo), apesar das áreas social (96 pontos) e de governança (89 pontos) manterem-se em patamares inferiores a 100 pontos (imagem negativa) percebe-se evolução especialmente no vetor ambiental - passou de 119 para 129 pontos entre janeiro e setembro deste ano em relação a igual período de 2022.

A predominância de imagem positiva fica mais evidente quando se muda a metodologia do rastreamento, associando-se o Brasil diretamente à sigla ESG, sem o repertório de temas correlatos. Percebe-se o potencial de agenda positiva que o conceito agrega ao conteúdo editorial e imagem das empresas. No entanto, serve de alerta para as práticas de “washing”.

Em 2022, o maior índice de imagem positiva da cobertura ESG no Brasil manteve-se de setembro a novembro (169 pontos), período marcado por debate eleitoral, ações pontuais de marcas em grandes eventos, como no Rock in Rio, e a participação do então presidente Lula na COP 27.

Em 2023, em janeiro, a combinação de crise humanitária dos Yanomamis em função de garimpo ilegal, os atos golpistas em Brasília e especialmente a fraude bilionária na Americanas S.A. (que fez o índice de governança corporativa cair 22 pontos) provoca queda de 4 pontos na percepção total.

Com essa metodologia, nota-se um aumento de 40% em pautas que vinculam a sigla ESG a Brasil na mídia nacional entre janeiro e setembro deste ano,

comparando-se com o mesmo período de 2022. As que trazem a responsabilidade ambiental nos artigos teve esse mesmo percentual de crescimento (40%), enquanto as que citam o social aumentaram 34% e as que contemplam governança corporativa, 25%.

Sobre os veículos de comunicação brasileiros que mais destacaram o padrão ESG em suas chamadas em 2023, a Imagem Corporativa monitorou o tema na base do IVC (Índice Verificador de Comunicação) ao longo do ano. Considerando-se a combinação de três métricas (page views, unique browsers e sessions), o ranking, calculado pela IC é liderado por ****Valor**** Econômico (0,98 pontos), seguido por Exame (0,74), Estadão (0,25) e O Globo (0,14).

Com a COP 28 nos Emirados Árabes e com o Brasil como sede da COP 30 em 2025, a expectativa é de que a agenda de crescimento sustentável aumente seu alcance e que o país, como enfatiza o relatório da Universidade da Geórgia, continue como “uma voz relevante” nas discussões sobre padrões ESG.