

Muitas vezes a palavra sustentabilidade é usada para adoçar práticas predatórias.

## Componente socioambiental da reputação bancária

Ricardo Abramovay

17/11/2010 – Valor Econômico p. A 14



Duas características inéditas marcam o capitalismo do Século XXI. A primeira é a exposição voluntária das bases socioambientais em que se apoiam seus processos produtivos por parte de organizações empresariais. A segunda é que esse movimento de abertura dos fundamentos materiais, biológicos, energéticos e, em certa medida, sociais dos empreendimentos resulta de pressões vindas de atores que até bem pouco tempo quase não dialogavam com firmas privadas e sequer faziam delas o foco de sua ação. Esses elementos exercem uma influência decisiva na maneira como se molda hoje a reputação no setor financeiro e, portanto, alteram o círculo de relações sociais a partir do qual os bancos constroem os vínculos de confiança em que se apoiam.

Não são raros os casos, é bem verdade, de propaganda enganosa em que se veicula a palavra sustentabilidade para adoçar práticas predatórias. Ao mesmo tempo, pode parecer credulidade valorizar o movimento em direção à responsabilidade socioambiental bancária, quando se leva em conta a magnitude e a origem da crise que teve início em 2008 e que responde por uma elevação impressionante da insegurança, do desemprego e da opacidade que marcam as práticas financeiras atuais.

Que a grande maioria das operações bancárias não se paute por critérios básicos e explícitos quanto a seus impactos socioambientais não há dúvida. Responsabilidade socioambiental é tema que, até hoje, não pertence ao âmago das operações financeiras e tende a ser confinada em departamentos voltados explicitamente a esta finalidade.

Apesar disso, é impossível tratar como pura cortina de fumaça o amplo movimento de bancos e outras organizações financeiras com relação às consequências socioambientais de seus financiamentos. O grau de profundidade dessas mudanças de comportamento não está decidido de antemão. Reginaldo Magalhães<sup>1</sup> acaba de defender tese de doutorado no Programa de Ciência Ambiental da Universidade de São Paulo em que dissecou os novos componentes da reputação bancária e as alterações em organizações não governamentais, que respondem, em grande parte, por uma nova agenda do setor financeiro. As críticas recentes de um conjunto expressivo de organizações da sociedade civil à ausência de temas socioambientais na discussão de Basileia 3, a abertura por parte da International Finance Corporation (IFC) e do Global Reporting Initiative de uma consulta pública a respeito dos parâmetros que devem nortear os relatórios socioambientais das empresas são dois exemplos atuais de um movimento mais geral que a tese de Reginaldo Magalhães expõe. Vale a pena destacar três elementos importantes desse trabalho.

### **Interação entre bancos e sociedade civil deve ser permanente para a construção de novas regras dos mercados**

O primeiro refere-se ao conceito de reputação. Não se trata de imagem, de algo exterior, um sorriso mecânico que a empresa manipula por meio de comunicadores hábeis. A reputação é constituída por relações sociais duráveis, dotadas de conteúdo informativo, de concepções, ideias e valores sobre o que significa fazer negócios, quais os métodos corretos para se alcançar sucesso, ou seja, sobre um conjunto de significados partilhados com base nos quais os atores identificam-se como pertencentes a um certo campo social. A acumulação de capital reputacional depende não só de competência em financiar, construir, produzir e vender, mas de alianças, da relação com atores sociais diversos e da influência sobre padrões culturais capazes de legitimar aquilo que faz a empresa.

Reginaldo Magalhães mostra a natureza interativa da reputação estudando as próprias organizações não governamentais e esse é o segundo elemento importante de seu trabalho. A grande mudança, nesse sentido, é que inúmeros grupos da sociedade civil passam a discutir as opções empresariais por dentro de sua própria lógica de funcionamento. Isso não significa cooptação, mas uma forma inédita de interação, ainda que conflituosa. Em 1970, o Greenpeace, por exemplo, dirigiu o essencial de seus esforços a campanhas visando governos nacionais, sobretudo protestando contra a expansão de usinas nucleares e a pesca predatória de baleias. Em 1980, a pressão vai também a organismos multilaterais como o Banco Mundial. Em 1990, os temas se diversificam (lixo tóxico, florestas

tropicais, mudanças climáticas) e têm início campanhas contra grandes empresas. Mas é nos anos 2000 que se intensificam e têm maior sucesso campanhas voltadas explicitamente contra comportamentos julgados destrutivos por parte do setor privado. Empresas e marcas globais passam a ser alvo de campanhas em que são nomeadas abertamente. Isso acaba por obrigá-las a responder às críticas, constituir departamentos de relacionamento com a sociedade civil e alterar os próprios métodos com base nos quais são avaliados seus negócios.

O terceiro elemento refere-se à formação da rede dos que aderem aos Princípios do Equador, um internacionalmente respeitado conjunto de critérios socioambientais voltados à avaliação do risco de financiamentos de grandes projetos ([www.equator-principles.com/index.shtml](http://www.equator-principles.com/index.shtml)). No início eram apenas dez bancos, hoje são 67. E a entrada no grupo acarreta custos não desprezíveis para os ingressantes em termos de novas práticas e uma nova cultura de exposição e avaliação. O interessante nos Princípios do Equador é que eles não são um conjunto fixo, imutável, mas, ao contrário, aprofundam-se e incorporam novas demandas que refletem, em grande parte, pressões sociais. A interação entre bancos e organizações da sociedade civil é permanente nesse processo de construção de novas regras de funcionamento dos mercados.

Diabolizar os mercados financeiros como expressão inevitável de crise e degradação é apenas o correlativo oposto de endeusá-los como figuras emblemáticas da mão mágica. Estudá-los como resultado de uma construção social em que atores reúnem capitais variados para influenciar seus campos de disputa é um caminho de imensa fertilidade, como mostra o trabalho de Reginaldo Magalhães.

(1) Reginaldo Sales Magalhães. Lucro e reputação. Interações entre bancos e organizações sociais na construção das políticas socioambientais.

**Ricardo Abramovay é professor titular do departamento de Economia da FEA/USP e Coordenador do Núcleo de Economia Socioambiental (NESA), pesquisador do CNPq e da Fapesp. [www.abramovay.pro.br/](http://www.abramovay.pro.br/)**