

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FÁBIO MACHADO PASIN

ENTRE A TRANSPARÊNCIA E O *GREENWASHING*: O PAPEL DOS BANCOS NA
EFETIVAÇÃO DO DIREITO AO CONSUMO CONSCIENTE

CURITIBA - PR

2023

FÁBIO MACHADO PASIN

ENTRE A TRANSPARÊNCIA E O *GREENWASHING*: O PAPEL DOS BANCOS NA
EFETIVAÇÃO DO DIREITO AO CONSUMO CONSCIENTE

Artigo apresentado ao Curso de Especialização em
Direito Ambiental da Universidade Federal do
Paraná, Setor de Ciências Agrárias, como requisito
parcial à obtenção do grau de Especialista em
Direito Ambiental.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Carlos Efig

CURITIBA - PR
2023

Entre a transparência e o *greenwashing*: o papel dos bancos na efetivação do direito ao consumo consciente

Fábio Machado Pasin

RESUMO

O artigo aborda a necessidade de as instituições bancárias incorporarem medidas de transparência capazes de possibilitar o pleno exercício do consumo consciente. Para tanto, utilizou-se do método dedutivo por meio da análise qualitativa da bibliografia e das normas de abrangência nacional e internacional correlatas ao tema.

Discute-se no presente trabalho a relação entre a transparência e a responsabilidade socioambiental corporativa sob o prisma do papel indutor de boas práticas que os bancos podem desempenhar no mercado por meio da concessão de crédito para outras empresas. Também se explora a relação entre a prática de *greenwashing* empreendida pelos bancos e o entrave que isso representa para a promoção do consumo consciente. Em seguida, apresenta-se duas dimensões consideradas essenciais para a transparência, sendo a primeira relativa à necessidade de as instituições financeiras divulgarem os critérios de escolha utilizados para a composição de suas carteiras de crédito e, a segunda, sobre a necessidade de disponibilizarem canais de diálogo e tratamento de denúncias feitas por *stakeholders*. Ao final, conclui-se que a incorporação de ambas as dimensões se faz necessária para a mitigação da prática do *greenwashing* e para a promoção das condições essenciais para o exercício do consumo consciente.

Palavras-chave: Bancos, *Greenwashing*, Transparência empresarial, Finanças sustentáveis, Direito do consumidor, Direito à informação, Concessão de crédito responsável.

ABSTRACT

The following article addresses the need for financial institutions to incorporate transparency measures in order to promote the exercise of conscious consumption. The deductive method was used through a qualitative analysis of the bibliography and the current norms of national and international scope related to the subject of the present work. The relationship between transparency and corporate socio-environmental responsibility is discussed in relation to the role that banks can play in inducing good practices in the market by granting credit to other companies. In addition, the relationship between the practice of *greenwashing* undertaken by the banking

sector and the role it plays in as an obstacle in the promotion of conscious consumption is explored. Finally, two dimensions considered essential for transparency are presented. The first will address the need for detailing the credit portfolio of financial institutions with information regarding the criteria used for its selection. The second will address the need to provide channels for dialogue and treatment of complaints made by stakeholders. It is concluded that the incorporation of both dimensions is necessary to mitigate the practice of greenwashing and to promote the essential conditions for the exercise of conscious consumption.

Keywords: Banks, Greenwashing, Corporate transparency, Sustainable finance, Consumer rights, Right to information, Responsible lending.

1 INTRODUÇÃO

A análise sobre o papel do consumidor para a efetivação de um modelo de desenvolvimento sustentável é inerente à reflexão sobre a responsabilidade dos fornecedores de produtos e serviços. Isso porque o consumo e a produção são parte do mesmo ciclo intermediado pelo mercado.

Contudo, embora estejam interligados, possuem atribuições bastante distintas dada a diferença de poder político e econômico existente entre as partes, visto que os fornecedores são os responsáveis por ofertar a base material sobre a qual os consumidores realizam suas escolhas no mercado. Nesse sentido, é necessário analisar, com especial atenção, o dever de os primeiros disponibilizarem informações claras e transparentes sobre seus diferentes produtos e serviços ofertados para os segundos.

Ao mesmo tempo, incumbe à sociedade refletir criticamente sobre quais diretrizes e padrões os fornecedores devem incorporar na produção e oferta de seus produtos ou serviços, de maneira a dar a oportunidade aos sujeitos coletivamente afetados por eventuais externalidades negativas da atividade empresarial de proporem alternativas e salvaguardas. Este exercício crítico tem se refletido em normas nacionais e internacionais importantes, conforme veremos, que permitem criar as condições necessárias para o exercício do consumo consciente.

Nessa relação entre fornecedores e consumidores, o setor financeiro se destaca por sua posição privilegiada para influenciar a adoção de práticas mais

transparentes por outras empresas. Isto porque o setor oferece os serviços necessários para que outros empreendimentos iniciem ou expandam suas atividades por meio da concessão de empréstimos para pessoas jurídicas, tema que será abordado no presente trabalho.

Dessa forma, o artigo propõe discutir a prática de *greenwashing* e o papel que os bancos devem desempenhar para a efetivação do consumo consciente. Para alcançar esse objetivo, analisa-se a importância da transparência empresarial e como normas nacionais e padrões internacionais voluntários podem colaborar para garantir o controle adequado pelos consumidores dos produtos que elegem no mercado.

Conclui-se que a incorporação de mecanismos de transparência como o detalhamento sobre os empreendimentos apoiados por meio da concessão de crédito e a disponibilização de canais de diálogo e tratamento de denúncias de *stakeholders* se fazem essenciais para a mitigação da prática do *greenwashing* e para a promoção do consumo consciente. Na realização deste trabalho, utilizou-se o método dedutivo por meio da análise qualitativa bibliográfica e normativa vigente de abrangência nacional e internacional correlata ao tema.

2 NORMAS BÁSICAS SOBRE TRANSPARÊNCIA

Para fazer com que instituições financeiras atuem com responsabilidade socioambiental são muitos os caminhos propostos por diferentes agentes da sociedade: iniciativas legislativas, padrões voluntários de organizações sem fins lucrativos, tratados internacionais entre outros. Nesta multiplicidade de propostas para a concretização da Responsabilidade Socioambiental Corporativa (RSA), há um critério comum entre todas as recomendações para o setor financeiro: a exigência da transparência.

No Brasil, ao tratarmos de normas relativas à transparência aplicável ao setor bancário, merece destaque para o presente trabalho o disposto no Código de Defesa do Consumidor, as normas vigentes do Banco Central, além de padrões internacionais de notório reconhecimento, conforme veremos a seguir.

2.1 DIREITO À INFORMAÇÃO E TRANSPARÊNCIA NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Tanto o polo da produção quanto o do consumo possuem atribuições importantes na promoção do desenvolvimento sustentável. Embora complementares, tratam-se de papéis distintos, dada a desigualdade no acesso à informação sobre o produto ou serviço, somado à desigualdade técnica, jurídica e econômica existente entre o consumidor e o fornecedor (EFING; CAMPOS, 2018, p. 163).

Essa distinção é reconhecida no Brasil pela Lei 8.078/90, Código de Defesa do Consumidor (CDC), que considera o consumidor a parte vulnerável da relação de consumo (BRASIL, 1990, [não p.]). Dessa maneira, o Direito, ao buscar equilibrar as interações entre estes polos, assegura à parte vulnerável alguns benefícios compensatórios, como por exemplo o direito à informação clara e a facilitação do exercício da sua defesa pela inversão do ônus probatório, o que consagra o princípio da isonomia.

O CDC fornece uma das principais bases legais para exigir transparência das instituições financeiras a respeito dos impactos diretos e indiretos que produzem. Nesse sentido, ao tratar da Política Nacional das Relações de Consumo no art. 4º, estabelece como um de seus objetivos a “transparência e harmonia das relações de consumo”, sempre embasada na boa-fé e no equilíbrio das relações entre consumidores e fornecedores (BRASIL, 1990, [não p.]). Também prevê em seu art. 6º que é direito básico de todo consumidor a informação adequada e clara sobre produtos e serviços, devendo, inclusive, ser informado sobre os riscos que apresenta (BRASIL, 1990, [não p.]).

Ao comentar o tema, Sodré, Meira e Caldeira (2009, p. 43) aduzem que a boa-fé prevista no art. 4º do CDC seria o princípio de sustentação dos demais, como a transparência e a informação nas relações de consumo. Segundo Leonardo de Medeiros Garcia (2008, p. 41), a boa-fé seria “um conjunto de padrões éticos de comportamento, aferíveis objetivamente”, que devem ser seguidos em todas as fases da existência da relação contratual. Traduz-se assim a necessidade de o fornecedor, de boa-fé, adotar conduta transparente e fornecer informações claras para os consumidores.

No mesmo sentido, para Cláudia Lima Marques (2006, p. 229), o contrato é informação e, por essa razão, os fornecedores “[...] devem ter em conta o seu dever próprio de informar, que inclui o dever de redação clara e com destaque, além do dever de considerar a condição leiga do outro, evitando dubiedades na redação contratual”.

Vê se assim a outra face do direito à informação, que, para além do *status* de direito, se apresenta enquanto dever dos fornecedores de informar, conforme aduz Tartuce:

[...] a informação, nesse âmbito da ciência jurídica, tem dupla face: o dever de informar e o direito de ser informado, sendo o primeiro relacionado com quem oferece o seu produto ou serviço ao mercado; e o segundo, com o consumidor vulnerável (TARTUCE, 2007, p. 141).

Da boa-fé enquanto princípio orientador das relações de consumo, também se extrai a previsão do legislador de proteger os consumidores de serem induzidos ao erro ou serem prejudicados pela omissão dos fornecedores. Com base nisso, o CDC assenta em seu artigo 6º, IV, a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, além de métodos comerciais coercitivos ou desleais (BRASIL, 1990, [não p.]).

Segundo o art. 37 do CDC, é enganosa toda publicidade capaz de induzir o consumidor ao erro, ainda que por omissão. Nesse sentido, a publicidade que carece de informação básica pode ser enquadrada como enganosa. Já a publicidade abusiva é caracterizada pelo art. 37 como sendo, dentre outras, a que desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança (BRASIL, 1990, [não p.]).

Ao tomarmos como exemplo específico o consumidor de serviços financeiros, ainda é possível apontar a Lei 14.181/2021, que inseriu no CDC dispositivos relacionados à proteção do consumidor endividado. Dentre as principais inovações, a Lei do Superendividamento previu a garantia de práticas de crédito responsável e mecanismos de tratamento dos casos de endividamento (BRASIL, 2021a, [não p.]). Esta Lei surgiu com o objetivo de prevenir e mitigar os impactos advindos do grave cenário de endividamento que, segundo levantamento de agosto da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) alcançou 79% das famílias em agosto de 2022 (RIBEIRO, 2022, [não p.]).

2.2 NORMAS DO BANCO CENTRAL SOBRE TRANSPARÊNCIA SOCIOAMBIENTAL

Além do embasamento normativo apresentado pelo CDC, as resoluções do Banco Central do Brasil (BCB) têm avançado na regulamentação de padrões mínimos de transparência exigidos das instituições financeiras que operam no Brasil.

Em 2021 o BCB aprovou novas normas regulando os riscos sociais, ambientais e climáticos para o Sistema Financeiro Nacional – Resolução n.º 139, Instrução Normativa n.º 153, Resolução n.º 140, Resolução n.º 4.945, Resolução n.º 4.943. As normas buscaram rever e introduzir critérios mínimos a serem observados pelas instituições financeiras na gestão e divulgação de suas políticas internas sobre questões sociais, ambientais, climáticas e de governança, além de regularem a análise e gerenciamento de riscos e de impedimentos sustentáveis à contratação de crédito rural.

Para o presente trabalho, chama-se a atenção para a Resolução n.º 4.945/2021 da Comissão Monetária Nacional (CMN), que dispõe sobre a obrigatoriedade de as instituições financeiras estabelecerem uma Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática (PRSAC) (BRASIL, 2021b, [não p.]). Esta norma recente, que veio em substituição a até então vigente Resolução 4.327/2014, dita uma estrutura de governança interna que deve ser adotada pelos bancos. Ao fazer isso, designa atribuições como, por exemplo, a de o conselho de administração aprovar a PRSAC da instituição, além de estipular que deve ser nomeado um diretor próprio responsável por seu cumprimento (BRASIL, 2021b, [não p.]).

Ademais, a referida norma exige que as instituições divulguem para o público (i) o conteúdo de sua política; (ii) as ações implementadas com vistas a dar-lhe efetividade; (iii) às restrições aplicadas a determinados setores empresariais em decorrência de aspectos de natureza social, ambiental ou climática; (iv) os mecanismos utilizados para promover a participação de partes interessadas no processo de estabelecimento e de revisão da PRSAC; entre outras (BRASIL, 2021b, [não p.]).

Dessa forma, vemos um movimento do órgão regulador em desenvolver uma base normativa relacionada à transparência e responsabilidade socioambiental das instituições financeiras. Evidentemente que o mencionado texto normativo também busca atender ao anseio de proteger a estabilidade do sistema financeiro, sujeita aos riscos sociais, ambientais, climáticos e de governança. Portanto, para seu adequado funcionamento, o sistema precisa incorporar o gerenciamento destes riscos. De toda forma, este é um primeiro passo, necessário, para nivelar o grau mínimo de responsabilidade que deve orientar as instituições financeiras.

2.3 OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E A TRANSPARÊNCIA

Já no cenário internacional é válido destacar os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU), fruto de uma agenda comum firmada pelos 193 Países-membros em 2015 (SILVA, 2018, p. 659). Dentre os 17 objetivos globais para o desenvolvimento sustentável, merece destaque para a presente discussão o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 12, “Consumo e produção responsáveis”, que estabelece as metas necessárias para garantir padrões de consumo e de produção para o alcance do desenvolvimento econômico, social e sustentável (SILVA, 2018, p. 668-670).

Duas das onze metas propostas neste objetivo apontam para a transparência empresarial e o direito ao acesso à informação como condições necessárias para garantir a sustentabilidade no ciclo de produção e consumo das sociedades.

A primeira meta estabelece a necessidade de incentivar as empresas a adotar práticas sustentáveis e a divulgar informações relacionadas à sustentabilidade em seus relatórios (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, [s.d.]¹). Já a segunda meta propõe que até 2030 todas as pessoas tenham acesso à informação relevante para o desenvolvimento sustentável, assegurando-lhes a conscientização necessária para

¹ “12.6 Incentivar as empresas, especialmente as empresas grandes e transnacionais, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informações de sustentabilidade em seu ciclo de relatórios.” C.f.: NAÇÕES UNIDAS BRASIL. Objetivos de desenvolvimento sustentável no Brasil. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/12>. Acesso em: 8 dez. 2022.

adotarem estilos de vida em harmonia com a natureza (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, [s.d.], [não p.]²).

Dessa forma, ao relacionarmos a primeira meta com a atuação das instituições financeiras, vemos que, em alguma medida, os bancos já contribuem para alcançá-la ao imporem condicionantes em suas políticas de responsabilidade socioambiental para a concessão de crédito às empresas. Por exemplo, a verificação de se as empresas beneficiadas cumprem critérios relacionados à transparência, à gestão de risco ambiental e ao respeito de direitos humanos já seria uma medida capaz de incentivar a adoção de práticas mais sustentáveis pelo mercado.

Na segunda meta apresentada, temos o papel do banco de divulgar informações relacionadas a sua atuação, de modo a conduzir o seu negócio de maneira transparente e responsável. Nesse ponto, conforme veremos, há diversos padrões internacionais que vêm sendo adotados pelo setor financeiro.

3 GREENWASHING E OS IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Diante desta elevada expectativa e exigência da sociedade sobre padrões sustentáveis, é notório o uso inapropriado destes valores pelo marketing empresarial, assumindo finalidade oposta da que se anuncia. Esse seria o chamado *Greenwashing*, caracterizado pela prática de enganar os consumidores no que tange às medidas ambientalmente corretas adotadas na fabricação de um produto ou prestação de um serviço para gerar supostos benefícios para o meio ambiente (GREGÓRIO, 2021, [não p.]).

O Greenwashing ou maquiagem verde, portanto, ocorre quando a informação de atributos ecológicos divulgada por uma empresa não condiz com a realidade, fato que induz o consumidor ao erro. Não somente isso, pois acaba por retirar a vantagem competitiva dos empreendimentos que de fato atuam com responsabilidade ambiental,

² “12.8 Até 2030, garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e conscientização para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza”. Cf.: NAÇÕES UNIDAS BRASIL. Objetivos de desenvolvimento sustentável no Brasil. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/12>. Acesso em: 8 dez. 2022.

resultando em um desincentivo para a adoção de padrões de produção mais responsáveis com o meio ambiente (GREGÓRIO, 2021, [não p.]).

Com esta prática, o consumidor fica impossibilitado de discernir sobre os produtos ou serviços mais adequados aos padrões socioambientais, pois ainda que o tente, não há a condição material mínima da informação adequada para seu exercício. Pensando na necessidade do fluxo de informações da cadeia produtiva, o *Greenwashing* seria ainda pior que a falta de transparência pois induz, de maneira direta, o consumidor ao erro, agregando um valor falso ao produto ou serviço.

Para se estipular a disseminação desta prática, uma pesquisa feita pela The Harris Pool (2022, p. 5), e encomendada por Google Clouds, entrevistou cerca de 1.500 lideranças de empresas de diferentes países com mais de 500 funcionários. O estudo apontou que 58% dos CEO's – do inglês *Chief Executive Officers* – entrevistados anonimamente admitem que suas empresas praticam *Greenwashing*. Outro dado interessante apontado pelo estudo é o de que enquanto 96% dos entrevistados informaram possuir algum tipo de programa para avançar em iniciativas sustentáveis, apenas 36% possuem alguma medida para mensurar seus esforços nesse sentido e, apenas 17%, usam esta mensuração para otimizar seus resultados. Para mudar isso, 87% dos entrevistados concordam que, caso fossem mais transparentes sobre os problemas que enfrentam para tornarem as companhias mais sustentáveis ambientalmente, isso poderia resultar em um progresso mais significativo. Analisando somente as respostas de lideranças com atuação no Brasil, essa porcentagem sobe para 93% (THE HARRIS POOL, 2022, p. 6-9).

3.1 CASO PARADIGMÁTICO DE *GREENWASHING*: BRADESCO E A CAMPANHA “SEGUNDA SEM CARNE”

A prática de *greenwashing* é largamente utilizada pelas instituições financeiras, que exploram boas práticas pontuais por meio de estratégias de marketing, mas se escusam de divulgar de que maneira impactam a sociedade e meio ambiente por meio de sua atividade indireta de concessão de crédito para outros empreendimentos. Há um caso que ilustra bem esta prática do setor envolvendo o Banco Bradesco.

Na virada do ano de 2021 para 2022, o banco lançou um anúncio publicitário em rede nacional divulgando um aplicativo desenvolvido para seus clientes calcularem suas respectivas pegadas de carbono individuais. A principal polêmica derivou do fato de o anúncio incentivar os clientes a, além de utilizar o aplicativo, adotar a prática de não ingestão de carne às segundas-feiras (ARON, 2022, [não p.]).

A iniciativa se baseou em um movimento global conhecido como “*Meet Monday Free*”, que incentiva os consumidores a diminuïrem o consumo deste produto, tendo em vista seus impactos na saúde humana e no meio ambiente – vez que a atividade pecuária está relacionada à emissão em larga escala de gases do efeito estufa, desmatamento, uso intensivo de água, sofrimento animal entre outros (MEAT FREE MONDAY, [s.d.], [não p.]).

Com efeito, a campanha desagradou o setor pecuarista brasileiro e deu origem a uma segunda campanha, desta vez no sentido contrário ao da primeira, intitulada de “Segunda com carne”, com ameaças de boicote ao banco, passeatas em frente a suas agências e manifestações nas redes sociais (ARON, 2022, [não p.]).

Em resposta a esse evento e com o receio de prejudicar sua carteira de clientes ligados ao agronegócio, o banco Bradesco retirou a campanha do ar. Além disso, publicou uma carta descredenciando sua própria campanha, com trechos que demonstraram o constrangimento sofrido por sua diretoria, tais como “reiteramos nossas desculpas pelo fato ocorrido” e “O Bradesco acredita e promove direta e indiretamente a pecuária brasileira e por conseguinte o consumo de carne bovina” (BRADESCO, 2021, [não p.]).

Observou-se, portanto, uma tentativa do banco de vender uma imagem “verde”, de apoiador de iniciativas que busquem reduzir a emissão de gases do efeito estufa. No entanto, a publicidade não se mostrou condizente com a prática do banco no que tange aos empreendimentos que declaradamente apoia por meio da concessão de créditos.

Soma-se à conduta controversa do Bradesco os dados produzidos pelo Guia dos Bancos Responsáveis (GBR), iniciativa da sociedade civil que avalia o grau de comprometimento socioambiental das instituições financeiras e que, em 2022, apontou que o banco não dispunha de nenhum compromissos relacionados ao bem-estar animal e cumpria menos de 30% dos requisitos considerados básicos por

organizações da sociedade civil para uma atuação responsável nos temas de mudanças climáticas e produção de alimentos (PASIN; DIAS; AMORIM, 2022, 48-49).

Por exemplo, a mencionada iniciativa indica que o banco Bradesco não deixa de apoiar uma empresa mesmo que esta faça testes em animais, atue no ramo de peles exóticas ou explore combustíveis fósseis responsáveis pela emissão de gases do efeito estufa (PASIN; DIAS; AMORIM, 2022, p. 123-124 e 134-136). Assim, o banco foi protagonista de um caso constrangedor de *Greenwashing*, no qual terminou por desagradar tanto os consumidores comprometidos com o consumo consciente, quanto setores do agronegócio avessos às práticas de responsabilidade ambiental.

3.2 IMPACTOS INDIRETOS DO CONSUMO DE SERVIÇOS FINANCEIROS: PAPEL INDUTOR DOS BANCOS

É inegável o impacto socioambiental direto que a prestação de serviços financeiros pode produzir, havendo exemplos desde os direitos trabalhistas dos funcionários das instituições financeiras até a relação das condições da oferta de serviços financeiros com o alarmante quadro de endividamento da população. Contudo, as possibilidades de impacto socioambiental de uma instituição financeira não se resumem à relação direta entre trabalhadores e empregadores ou clientes e fornecedores pois, considerando as concessões de crédito que um banco realiza, suas atividades são principalmente caracterizadas pelo fomento de outros empreendimentos sujeitos a produzirem externalidades negativas (DIAS; MACHADO, 2007, p. 6-8)³.

³ Estes impactos estão relacionados ao monitoramento de riscos diretos, indiretos e de reputação. “a) Risco direto: São aqueles aos quais os bancos respondem diretamente como poluidores, riscos associados às suas próprias instalações, uso de papéis, equipamentos, energia, entre outros. Nessa modalidade se aplica diretamente o Princípio do Poluidor Pagador, ou seja, o banco deve internalizar nos seus custos os gastos com controle de poluição; b) Risco indireto: O risco ambiental afetaria a empresa com a qual o banco tem relacionamento como intermediador financeiro, via operações de créditos ou como detentor de ativos financeiros (ações ou títulos de dívida)”. C.f.: DIAS, Marco Antônio; MACHADO, Eduardo Luiz. **Princípios do Equador: Sustentabilidade e Impactos na Conduta Ambiental dos Bancos Signatários Brasileiros**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, jan. 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/237110163>. Acesso em 4 de jan. 2023.

Segundo Tosini, Ventura e Cuoco (2007, p. 67), esse papel indutor dos bancos pode ser mitigado nas operações de crédito, tanto por meio da adoção de critérios sociais e ambientais na análise da concessão, quanto na oferta de linhas de crédito específicas que visem gerar impactos socioambientais positivos. O fato de incluir critérios socioambientais para a seleção das carteiras faz com que induzam as empresas a se dedicarem a políticas de responsabilidade socioambiental para serem passíveis de apoio. Assim, sobre o papel indutor dos bancos os autores pontuam que:

Os bancos, como canalizadores de recursos para o setor produtivo, ao adotarem uma política de RSA, não apenas mitigam seus riscos de negócio, estratégicos, aproveitando oportunidades, mas favorecem o movimento pela RSA em relação a seus parceiros financeiros. Isso mostra que a RSA dos bancos tem efeito multiplicador, tornando essas instituições grandes agentes indutores do desenvolvimento sustentável (TOSINI; VENTURA; CUOCO, 2007, p. 78).

Dessa maneira, considerando esta outra dimensão peculiar à atividade bancária, o direito à informação e à transparência se faz igualmente necessário sobre os critérios de decisão a respeito da atividade de concessão de crédito.

4 DUAS DIMENSÕES PRIORITÁRIAS PARA UM BANCO TRANSPARENTE

Já existem normas e padrões mínimos a serem seguidos pelas instituições financeiras relacionadas à transparência e ao direito pleno à informação. Mas, considerando que os impactos socioambientais produzidos pelas instituições financeiras vão muito além de suas operações diretas, sendo principalmente provocados por sua atividade de concessão de crédito a outros empreendimentos, qual seriam as informações básicas a serem oferecidas pelas instituições financeiras para dar efetividade ao direito à informação? O que um banco precisaria assegurar para garantir o consumo consciente de serviços financeiros de seus clientes?

Com base nas normas brasileiras e padrões internacionais, propõe-se duas dimensões complementares que devem ser priorizadas pelas instituições financeiras para dar efetividade a sua política de transparência, sendo a primeira relativa à necessidade de estas fornecerem informações sobre os critérios de escolha utilizados para a composição de suas carteiras de crédito e, a segunda, sobre a necessidade de disponibilizarem canais de diálogo e tratamento de denúncias de stakeholders.

4.1 DA NECESSIDADE DE OS BANCOS SEREM TRANSPARENTES SOBRE SUAS CARTEIRAS DE CRÉDITO

Vigora no ordenamento brasileiro a ideia de que os sujeitos potencialmente afetados por uma obra ou projeto do Estado têm o direito de ser plenamente informados sobre os detalhes relacionados à atividade de impacto. Nesse sentido, temos o princípio da informação ambiental, que se consubstancia no direito de os cidadãos requisitarem informações ambientais ao Estado – também conhecido como transparência passiva – e o dever estatal de fornecer informações às pessoas, chamado de transparência ativa (SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA, 2022, [não p.]

O princípio da informação ambiental encontra seu respaldo normativo nos arts. 6º, § 3º, e 10 da Política Nacional do Meio Ambiente e na Lei nº 10.650/2003, que regulamenta o acesso à informação ambiental (BRASIL, 1981, [não p.]). Assim, a obrigatoriedade de realizar licenciamento ambiental com a produção de estudo e relatório de impactos ambientais sobre atividades efetiva ou potencialmente poluidoras seria um exemplo decorrente deste princípio (FIORILLO, 2013, p. 72).

Por analogia, temos que o princípio deve também ser aplicado sobre o setor privado, em especial, sobre as instituições financeiras quando fomentam empreendimentos por meio da concessão de crédito com potencial de impactar o meio ambiente e os direitos de pessoas e comunidades.

Além deste referencial no ordenamento brasileiro, existem padrões internacionais que incorporam recomendações basilares para a concretização da transparência por parte das instituições financeiras. Um dos mais importantes deles seria o *Global Reporting Initiative* (GRI), organização sem fins lucrativos criada em 1997 na Holanda com o objetivo de auxiliar governos e organizações a compreender e comunicar os impactos de seus negócios no desenvolvimento sustentável (VIEIRA *et al*, 2020, p. 23). A iniciativa propõe diretrizes para a apresentação padronizada de indicadores de sustentabilidade, sendo largamente adotada por instituições financeiras para a divulgação de seus relatórios anuais de sustentabilidade.

Merecem destaque três pressupostos dos padrões recomendados pela GRI, sendo o primeiro deles relativo à necessidade de promover o empoderamento de atores sociais a partir do acesso pleno à informação e da prestação de contas das

corporações. Já o segundo seria relativo ao próprio interesse das corporações no ganho reputacional de se apresentarem mais transparentes e responsáveis. Por fim, o terceiro é relativo à integração dos *stakeholders* para o exercício de uma governança socioambiental colaborativa (VIEIRA *et al*, 2020, p. 30-31).

Outra iniciativa com recomendações nesse sentido seria o conjunto de princípios chamados de *AA1000 Series of Standards*, propostos pela consultoria e desenvolvedora de padrões *AccountAbility*, que trabalha com empresas, investidores, governos e organizações multilaterais em questões Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) para promover práticas de negócios sustentáveis a longo prazo (ACCOUNTABILLITY, 2018, p. 3).

Os *A1000 Series of Standards* são baseados em quatro princípios relacionados ao dever da transparência por parte de instituições financeiras e outras empresas, sendo eles: (i) Inclusão – As pessoas devem ter voz nas decisões que as afetam; (ii) Materialidade – Os tomadores de decisão das empresas devem identificar e ser claros sobre questões de sustentabilidade relacionadas a sua atividade; (iii) Responsividade – As empresas devem agir de forma transparente sobre temas materiais de sustentabilidade e seus impactos relacionados e (iv) Impacto – As empresas devem monitorar, medir e ser responsáveis por como suas ações afetam seus ecossistemas mais amplos (ACCOUNTABILLITY, 2018, p. 17-28).

É possível assim identificar a correlação entre os pressupostos da GRI e as recomendações propostas pela consultoria *AccountAbility*, especialmente no que tange à observação da instituição financeira a respeito de informar e dialogar com as pessoas potencialmente afetadas pelos empreendimentos apoiados por sua carteira de crédito.

Por fim, é válido mencionar os padrões da *Fair Finance International (FFI)*, uma iniciativa da sociedade civil que tem por objetivo avaliar o grau de compromisso socioambiental dos documentos de acesso público das instituições financeiras e incentivá-las a se comprometerem com políticas socioambientais e de governança (LAPLANE; LOENEN, 2021, p. 2). Sobre o tema da transparência, a iniciativa propõe 28 critérios que devem ser incorporados às políticas Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) dos bancos para que tenham um bom desempenho na avaliação (LAPLANE; LOENEN, 2021, p. 252-254).

Destaca-se em seu conteúdo a verificação de se a instituição financeira publica o nome de todas as empresas para as quais concede crédito ou investe, com detalhamento de sua carteira por região, tamanho e indústria, além de informar o nome das empresas excluídas de suas carteiras por motivos socioambientais. Também se destacam os critérios 18 ao 20 que avaliam se a instituição financeira pública um relatório de sustentabilidade, verificado por terceira parte independente, que atenda aos padrões propostos pela iniciativa GRI (LAPLANE; LOENEN, 2021, p. 246-248).

Portanto, a partir dos referenciais internacionalmente aceitos e propostos por organizações da sociedade civil, temos que, para a efetivação da transparência pelas instituições financeiras, faz-se necessário priorizar a divulgação das carteiras de crédito, informando as medidas adotadas para mitigar ou prevenir impactos relacionados aos empreendimentos financiados. Também se destaca nos padrões supramencionados a necessidade de informar a lista de setores ou empresas não passíveis de apoio por motivos socioambientais, devendo tais informações serem auditadas e os resultados publicados por uma terceira parte independente de modo a assegurar para a população a veracidade das informações prestadas.

Assim, conforme o princípio da informação ambiental e padrões internacionais sobre o tema, vê-se que a identificação do portfólio de crédito com detalhes sobre os critérios utilizados para sua escolha é medida fundamentais para controle social e para a efetivação da transparência nas atividades das instituições financeiras.

4.2 DA NECESSIDADE DE OS BANCOS DISPONIBILIZAREM MECANISMOS DE CONSULTA E RECLAMAÇÃO PARA *STAKEHOLDERS*

Já a segunda dimensão seria baseada na ideia de que os sujeitos afetados pelas atividades devem ter assegurados mecanismos de reclamação que lhes permitam ter voz frente a impactos individuais ou coletivos provocados por empreendimentos fomentados pelas instituições financeiras por meio da concessão de crédito.

Este segundo aspecto está baseado na ideia de que todo impacto socioambiental provocado por um empreendimento é também responsabilidade da instituição financeira que fomentou a realização da atividade causadora do dano. É

possível extrair esta regra de nosso ordenamento pátrio na Lei 6.938/81, Política Nacional de Meio Ambiente, que permite às instituições financeiras serem categorizadas como agentes poluidores indiretos a partir da seguinte definição:

Art. 3º Para os fins previstos nesta Lei, entende-se por:

[...]

IV – poluidor, a pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, responsável, direta ou indiretamente, por atividade causadora de degradação ambiental;

Art. 14, § 1º - Sem obstar a aplicação das penalidades previstas neste artigo, é o poluidor obrigado, independentemente da existência de culpa, a indenizar ou reparar os danos causados ao meio ambiente e a terceiros, afetados por sua atividade. O Ministério Público da União e dos Estados terá legitimidade para propor ação de responsabilidade civil e criminal, por danos causados ao meio ambiente (BRASIL, 1981, [não p.]).

Os arts. 12 e 14 da referida lei (BRASIL, 1981, [não p.]) dispõem que a atividade de financiamento também deve condicionar os projetos à aprovação mediante licenciamento e “na hipótese do não cumprimento das medidas necessárias à preservação ou correção dos inconvenientes e danos causados pela degradação da qualidade ambiental” os transgressores estarão sujeitos às penalidades previstas em lei. Neste sentido, Antônio Carlos Efiging elucida:

Decorre do art. 14, §1º que a responsabilidade civil do poluidor pelos danos ambientais é objetiva, bastando, para tanto, a comprovação da conduta, do dano e do nexo causal, independentemente de culpa do agente. A responsabilização civil engloba a indenização e, quando possível, a reparação do dano ambiental e de seus impactos sobre terceiros, e recai tanto sobre o poluidor que diretamente causou o dano, como sobre o poluidor que indiretamente para ele concorreu, solidariamente, sejam pessoas físicas ou jurídicas (EFING, 2019, p. 556).

Sendo a responsabilidade da instituição financeira objetiva, tendo em vista seu enquadramento enquanto poluidor indireto⁴, a responsabilização independe de aspectos subjetivos do financiador ou da ilicitude ou não da atividade financiada, havendo neste caso o dever de indenizar e reparar o dano gerado (EFING, 2019, p. 559).

O próprio CDC aduz em seu art. 25, § 1º que, na hipótese de mais de um responsável pela causação do dano, todos os fornecedores responderão solidariamente pela reparação prevista na lei (BRASIL, 1990, [não p.]). Nesse mesmo sentido, o Superior Tribunal de Justiça, sob a relatoria do Ministro Herman Benjamin, consignou importante precedente no julgamento do Recurso Especial 1.071.741-SP (BRASIL, 2009) e do Recurso Especial 650.728-SC (BRASIL, 2007) ao abordar a questão do nexo de causalidade para fins de responsabilização civil dos agentes indiretos pelo dano ambiental, de onde se extrai:

Qualquer que seja a qualificação jurídica do degradador, público ou privado, no Direito brasileiro a responsabilidade civil pelo dano ambiental é de natureza objetiva, solidária e ilimitada, sendo regida pelos princípios do poluidor-pagador, da reparação in integrum, da prioridade da reparação in natura, e do favor debilis, este último a legitimar uma série de técnicas de facilitação do acesso à Justiça, entre as quais se inclui a inversão do ônus da prova em favor da vítima ambiental. [...] **Para o fim de apuração do nexo de causalidade no dano urbanístico-ambiental** e de eventual solidariedade passiva, **equiparam-se** quem faz, quem não faz quando deveria fazer, quem não se importa que façam, quem cala quando lhe cabe denunciar, **quem financia para que façam** e quem se beneficia quando outros fazem. (BRASIL, 2009, p. 2 e 3, grifo nosso)

Ademais, a Lei 14.871/2021 recentemente introduziu no CDC a obrigatoriedade de os bancos exercerem a concessão do crédito de forma responsável. A primeira interpretação para este novo instituto está diretamente relacionada à prevenção do endividamento da pessoa física na contratação de empréstimos. Porém, sob um prisma mais abrangente, é possível também relacionar a prática de crédito responsável às condicionantes ora discutidas para prevenir o *greenwashing* e os impactos socioambientais decorrentes desta atividade.

Além das regras do ordenamento brasileiro, o dever de fornecer mecanismos de reclamação para as partes atingidas por atividades fomentadas pelos bancos decorre também dos Princípios do Equador, iniciativa que se constituiu em 2006 a partir da articulação de instituições financeiras signatárias de um conjunto de exigências socioambientais aplicadas na concessão de financiamento de grandes projetos propulsores de riscos ambientais (VIEIRA, 2020, p. 21-46). Mais especificamente, as mencionadas obrigações decorrem de seu Princípio 5, “Engajamento junto às partes interessadas” e Princípio 6, “Mecanismo de Reclamação” (EQUATOR PRINCIPLES, 2020, p. 11-13).

O princípio 5 estabelece como critério que a instituição financeira signatária solicite ao empreendimento para o qual concede crédito a demonstração de efetivo engajamento com as partes interessadas, de modo contínuo e culturalmente apropriado. Nos casos de impactos significativos, o cliente deve promover um processo de consulta informada e participação ativa das partes afetadas, “livre de manipulação externa, interferência, coerção e intimidação”. (EQUATOR PRINCIPLES, 2020, p. 11).

Já o princípio 6 estabelece que a instituição financeira deve exigir do empreendimento apoiado a disponibilização de mecanismos eficientes de reclamação para que comunidades afetadas e trabalhadores os utilizem, de modo a receber e facilitar a resolução de preocupações e reclamações quanto ao desempenho socioambiental do projeto. Os mecanismos devem empregar um processo consultivo transparente e “de fácil compreensão que seja culturalmente apropriado, acessível, sem custo e sem retaliação à parte que deu origem à questão ou preocupação” (EQUATOR PRINCIPLES, 2020, p. 15-16).

Além dos Princípios do Equador, outro padrão internacional que embasa o critério proposto seria o conjunto dos Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos (UNGPs). Trata-se de um agrupamento de diretrizes aprovadas pelo Conselho de Direitos Humanos das Nações Unidas destinadas a orientar as atividades das empresas de maneira a evitar impactos negativos e violações de direitos no curso das suas operações (MINISTÉRIO DOS DIREITOS HUMANOS E DA CIDADANIA, 2019, [não p.]).

De acordo com o Princípio 22, espera-se que as empresas assumam a responsabilidade da remediação de comunidades e indivíduos que foram impactados negativamente por suas atividades (UNITED NATIONS, 2011, p. 24). Já de acordo com o Princípio 29, é esperado que os bancos e os empreendimentos que apoiam tenham mecanismos de reclamação em vigor para auxiliar a busca pela remediação dos impactos adversos de suas operações (UNITED NATIONS, 2011, p. 31). Do mesmo modo, os princípios 30 e 31 falam sobre a importância da acessibilidade destes canais e mencionam critérios de eficácia dos mecanismos extrajudiciais de denúncia.

Embora os mecanismos de reclamação em nível operacional sejam um meio pelo qual a remediação deve ser fornecida, os bancos devem respeitar as preferências das partes interessadas no que diz respeito ao uso de um mecanismo de reclamação alternativo ou outros processos legítimos, engajando-se e contribuindo com estes de boa fé.

Por fim, a metodologia *Fair Finance International* avalia no tema de Transparência e Prestação de Contas, em seus critérios 25 ao 28, se a instituição financeira possui mecanismos de reclamação para terceiros afetados direta ou indiretamente por suas atividades e se reporta para o público a performance destes mecanismos (LAPLANE; LOENEN, 2021, p. 251-252).

Com efeito, os bancos devem oferecer canais acessíveis de diálogo com a sociedade, que sejam capazes de tratar com transparência e internalizar as reclamações recebidas em suas atividades, especialmente as indiretas oriundas dos empreendimentos que apoia e que geram impactos socioambientais. Cabe às instituições bancárias, assim, exigir este mecanismo como condicionante para a concessão de crédito aos empreendimentos que apoiam.

5 POR QUE BANCOS MAIS TRANSPARENTES CONTRIBUEM PARA O CONSUMO CONSCIENTE?

Vimos que as normas do órgão regulador, somada às normas da legislação nacional e padrões internacionais criam as bases necessárias para os bancos efetivarem a transparência em todas as dimensões de sua atuação. Por conseguinte, caso haja a adequação a estes padrões, as instituições financeiras passam a influir no mercado para permitir aos consumidores a prática do consumo consciente.

Segundo Efing e Resende, o consumo consciente:

não representa apenas uma alternativa verde, meramente preocupada com a ecologia, visto que, em realidade, é um novo paradigma que se consolida no mercado de consumo, no qual os consumidores cidadãos censuram aqueles fornecedores que desrespeitem valores ambientais, sociais ou mesmo econômicos (EFING; RESENDE, 2016, p. 729).

Extraí-se disso a importância do papel dos bancos enquanto indutores de melhores práticas do setor privado para a concretização de um modelo de desenvolvimento sustentável. Ao ser mais transparente e exigir transparência das empresas que apoia, a instituição financeira possibilita uma reação em cadeia que assegura aos consumidores o acesso à informação adequada e clara para exercer escolhas mais conscientes, seja sobre serviços financeiros ou sobre outros serviços e produtos.

Dessa forma, a prática do setor bancário em conformidade com as normas e padrões sobre transparência e informação apresentados nos itens 2 e 4 do presente trabalho são fundamentais para assegurar o exercício do consumo consciente pelos consumidores. Conforme conclui Carolina Gregório, a instrumentalização do consumo consciente permite que os indivíduos, enquanto consumidores e cidadãos, desenvolvam a consciência do impacto coletivo, ambiental e social capaz de influenciar suas opções individuais de consumo que, por sua vez, promovem maior qualidade de vida e desenvolvimento local (GREGÓRIO, 2021, [não p.]).

Se inexistem informações claras e verídicas sobre a origem e os custos ambientais e sociais de um determinado tipo de produto, não há como o consumidor final realizar uma escolha consciente e sustentável. É a partir disso que se conclui que o exercício do consumo consciente depende de escolhas e de ações que foram realizadas pelo fornecedor antes do produto chegar até o destinatário final.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da posição estratégica que os bancos ocupam no mercado privado, enquanto indutores de outras práticas empresariais, destacou-se ao longo do artigo a centralidade de o setor incorporar práticas de transparência mais ambiciosas. Tais práticas devem incorporar as duas dimensões debatidas no item 4, quais sejam, (i) a divulgação da carteira de crédito dos bancos, com informações claras a respeito das atividades apoiadas e das não passíveis de apoio; bem como (ii) a disponibilização de canais para tratarem reclamações de *stakeholders* afetados pela atividade para a qual o banco concedeu crédito.

Conforme demonstrado, estes dois aspectos são embasados no ordenamento brasileiro, bem como internacionalmente aceitos e recomendados para o setor. Do mesmo modo, as duas dimensões discutidas mostram-se essenciais para a promoção do consumo consciente, em especial, pelos clientes de serviços financeiros, uma vez que possibilitam ao indivíduo acessar a informação necessária para diferenciar o grau de compromisso socioambiental adotado por seu banco e, conseqüentemente, a forma como ele influencia outras iniciativas do setor privado.

Ressalta-se, com isso, a importância de iniciativas da sociedade civil que buscam pressionar o setor a fim de fomentar reações positivas em cadeia no que tange às práticas socioambientais das empresas. Com efeito, as duas dimensões trabalhadas impõem práticas de transparência que, embora ainda pouco difundidas, são prioritárias no que tange à atividade das instituições financeiras.

Por fim, ambas se mostram essenciais para prevenir a prática de *greenwashing* na medida em que permitem à sociedade civil avaliar a eventual distância entre o discurso publicitário e a prática de mercado dos bancos, possibilitando aos consumidores o exercício de um papel ativo e consciente frente aos anúncios publicitários das instituições financeiras.

REFERÊNCIAS

ACCOUNTABILITY. AA1000 princípios da accountability. 2018 Disponível em: <https://www.accountability.org/static/c47fb374007908079700c582a09063ab/aa1000a-p2018-portuguese.pdf>. Acesso em: 16 jan 2023.

ARON, Renard. Bradesco e carbono neutro: greenwashing ou cancelamento?. **JOTA**, 21 jan. 2022. Disponível em <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/bradesco-carbono-neutro-greenwashing-cancelamento-21012022>. Acesso em 07 jan. 2023.

BRADESCO. Carta aberta ao agronegócio brasileiro. Dez. 2021. Disponível em: https://drive.google.com/open?id=1C-W_sgQPMlyOPhGSoLW8WBPjqnE9od85&authuser=1&usp=drive_link. Acesso em: 16 jan 2023.

BRASIL. Instrução Normativa nº 153 de 15 de setembro de 2021 do Banco Central do Brasil. **Diário Oficial**, Brasília, 2021c. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-bcb-n-153-de-15-de-setembro-de-2021-345130233>. Acesso em: 04 jan. 2023.

BRASIL. Lei 14.181, de 1º de julho de 2021. **Diário Oficial**, Brasília, 2021a. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14181.htm. Acesso em: 11 dez. 2022.

BRASIL. Lei 6.938, de 31 de agosto de 1981. **Diário Oficial**, Brasília, 1981. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6938.htm. Acesso em: 15 jan. 2023

BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Diário Oficial**, Brasília, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 8 dez. 2022.

BRASIL. Resolução nº 139 de 15 de setembro de 2021 do Banco Central do Brasil. **Diário Oficial**, Brasília, 2021d. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-bcb-n-139-de-15-de-setembro-de-2021-345117355>. Acesso em: 04 jan. 2023.

BRASIL. Resolução nº 140 de 15 de setembro de 2021 do Banco Central do Brasil. **Diário Oficial**, Brasília, 2021e. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-bcb-n-140-de-15-de-setembro-de-2021-345119695>. Acesso em: 04 jan. 2023.

BRASIL. Resolução nº 4.943 de 15 de setembro de 2021 do Conselho Monetário Nacional. **Diário Oficial**, Brasília, 2021f. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-cmn-n-4.943-de-15-de-setembro-de-2021-345117078>

BRASIL. Resolução nº 4.945, de 15 de setembro de 2021 da Comissão Monetária Nacional. **Diário Oficial**, Brasília, 2021b. Disponível em:

<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-cmn-n-4.945-de-15-de-setembro-de-2021-345117266>. Acesso em: 8 dez. 2022.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Segunda Turma. Recurso Especial n. 650728-SC interposto contra acórdão em Ação Civil Pública. Recorrente: H Carlos Schneider S/A Comércio e Indústria e Outro. Recorrido: Ministério Público Federal. Relator Min. Herman Benjamin. Brasília, DF, 23 de outubro de 2007. Disponível em: <https://www.stj.jus.br/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/ATC?seq=3463400&tipo=0&nreg=&SeqCgrmaSessao=&CodOrgaoJgdr=&dt=&formato=PDF&salvar=false>. Acesso em 25 fev 2023.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Segunda Turma, Recurso Especial Nº 1.071.741 – SP. Recorrente: Ministério Público Do Estado De São Paulo. Recorrido: Fazenda Do Estado De São Paulo e Outros. Relator: Ministro Herman Benjamin. Brasília, DF, 24 de março de 2009. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/ATC?seq=4715617&tipo=0&nreg=200801460435&SeqCgrmaSessao=&CodOrgaoJgdr=&dt=20101216&formato=PDF&salvar=false> Acesso em 25 fev 2023.

DIAS, Marco Antonio; MACHADO, Eduardo Luiz. Princípios do Equador: Sustentabilidade e Impactos na Conduta Ambiental dos Bancos Signatários Brasileiros. **Pontifícia Universidade Católica de São Paulo**, jan. 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/237110163>. Acesso em 4 de jan. 2023.

EFING, Antônio Carlos. **Contratos e procedimentos bancários à luz do Código de Defesa do Consumidor**. 2 ed. rev. atual e ampl., São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. [e-book]

EFING, Antônio Carlos; CAMPOS, Fábio Henrique Fernandez de. A vulnerabilidade do consumidor em era de ultramodernidade. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 115, ano 27, p. 149-165, jan./fev. 2018.

EFING, Antônio Carlos; RESENDE, Augusto César de. Educação para o consumo consciente: Um dever do Estado. **Revista De Direito Administrativo**, Ano 2, nº 1, p. 197–224., 2015.

EQUATOR PRINCIPLES. Os princípios do Equador: Uma referência do setor financeiro para identificar, avaliar e gerenciar riscos socioambientais em Projetos. **EP4**, julho de 2020. Disponível em: https://equator-principles.com/app/uploads/The-Equator-Principles_EP4_July2020.pdf. Acesso em: 09 dez. 2022.

FIORILLO, Celso Antônio Pacheco. **Curso de direito ambiental brasileiro**. 14 ed. rev. ampl. São Paulo: Saraiva, 2013.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência**. 4. ed. Niterói: Impetus, 2008.

GREGORIO, Carolina Luckemeyer. **Direito do consumidor e transparência no marketing verde**: A promoção do consumo consciente pelo enfrentamento do greenwashing. Belo Horizonte: Editora Dialética, 2021. [E-book]

LAPLANE, Juliette. LOENEN, Lennart. **Fair Finance Guide International Methodology 2021**: A methodology for the assessment of responsible investment and finance policies of financial institutions, 2021. Disponível em: <https://fairfinanceguide.org/media/497246/ffg-policy-assessment-methodology-2021.pdf>. Acesso em: 13 maio 2022.

MACHADO, Vilma [et al]. **Manual de normalização de documentos científicos de acordo com as normas da ABNT**. [recurso eletrônico] – Curitiba: Ed. UFPR, 2022. 411 p.: il.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MEAT FREE MONDAY. “Why it matters?”. Disponível em: <https://meatfreemondays.com/why-it-matters/>. Acesso em 07 jan 2023.

MINISTÉRIO DOS DIREITOS HUMANOS E DA CIDADANIA. Cartilha referente aos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos está disponível em português. Outubro de 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2019/outubro/disponibilizada-a-cartilha-referente-aos-principios-orientadores-sobre-empresas-e-direitos-humanos>. Acesso em: 16 jan 2023.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. Objetivos de desenvolvimento sustentável no Brasil. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/12>. Acesso em: 8 dez. 2022.

PASIN, Fábio; DIAS, Julia; AMORIM, Ione. **Guia dos Bancos Responsáveis**: Uma análise das políticas e diretrizes socioambientais dos oito maiores bancos do Brasil. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://guiadosbancosresponsaveis.org.br/media/498073/relatorio-de-pesquisa-gbr-2022-guia-dos-bancos-responsaveis-w5104249-alt1.pdf>. Acesso em: 16 jan 2023.

RIBEIRO, Cristiane. Em agosto, 79% das famílias brasileiras tinham dívidas, aponta CNC. **Radio Agência Nacional**, 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2022-09/em-agosto-79-das-familias-brasileiras-tinham-dividas-aponta-cnc>. Acesso em: 17 jan 2023.

SILVA, Enid Rocha Andrade. Os objetivos do desenvolvimento sustentável e os desafios da nação. 2018. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4441430/mod_resource/content/1/Silva_2015_Os%20objetivos%20do%20Desenvolvimento%20Sustentavel%20e%20Desafios%20da%20Nacao.pdf. Acesso em 04 jan 2023.

SODRÉ, Marcelo Gomes; MEIRA, Fabíola; CALDEIRA, Patrícia (coord.). **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 1ª ed. São Paulo: Editora Verbatim, 2009.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. Teses da Primeira Seção consagram direito à informação ambiental e obrigação do Estado com a transparência. Maio de 2022. Disponível em: <https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias/27052022-Teses-da-Primeira-Secao-consagram-direito-a-informacao-ambiental-e-obrigacao-do-Estado-com-a-transparencia-.aspx>. Acesso em 16 jan 2023.

TARTUCE, Flávio. **Função social dos contratos**: do código de defesa do consumidor ao código civil de 2002. 2. ed. rev. atual. São Paulo: Método, 2007.

THE GLOBAL GOALS. If not now, when? It's time to tackle the world's to-do list. Disponível em: <https://www.globalgoals.org/>. Acesso em 4 de jan. 2023

THE HARRIS POLL ON BEHALF OF GOOGLE CLOUD. CEOs are Ready to Fund a Sustainable Transformation. December 21, 2021 to January 8, 2022. Disponível em: https://services.google.com/fh/files/misc/google_cloud_cxo_sustainability_survey_final.pdf. Acesso em 07 jan 2023

TOSINI, Maria de Fátima Cavalcante; VENTURA, Elvira Cruvinel Ferreira; CUOCO, Luciana Graziela Araújo. Políticas de Responsabilidade Socioambiental nos Bancos: indutoras do desenvolvimento sustentável? **Revista da Procuradoria-Geral do Banco Central**, Brasília, v. 1, n. 1, p. 55-84, dez. 2007.

UNITED NATIONS. **Guiding Principles on Business and Human Rights**: Implementing the United Nations "Protect, Respect and Remedy" Framework. Nova Iorque e Genebra, 2011. Disponível em https://www.ohchr.org/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr_en.pdf. Acesso em: 16 jan 2023.

VIEIRA, Igor Laguna; SILVA, Elmo Rodrigues da; MARTINI JUNIOR, Luiz Carlos De; MATTOS, Ubirajara Aluizio de Oliveira. Pontos positivos e negativos dos relatórios de sustentabilidade no modelo global reporting initiative: revisão da literatura nacional e internacional. **Revista de Gestão Industrial**, Ponta Grossa, v. 16, n. 2, p. 21-46, abr./jun. 2020.