

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
GABRIELLA POLONIO

APLICAÇÃO DO ESG
Greenwashing nas empresas e suas respectivas repercussões jurídicas

São Paulo
2023

GABRIELLA POLONIO

APLICAÇÃO DO ESG

Greenwashing nas empresas e suas respectivas repercussões jurídicas

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Direito da Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito à obtenção de título de Bacharel em Direito.

Orientadora: Prof^a Dr^a. Ana Cláudia Ruy Cardia Atchabahian

São Paulo

2023

**São Paulo
2023**

GABRIELLA POLONIO

APLICAÇÃO DO ESG

Greenwashing nas empresas e suas respectivas repercussões jurídicas

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Direito da Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito à obtenção de título de Bacharel em Direito.

Aprovado(a) em:

BANCA EXAMINADORA

Examinador(a):

Examinador(a):

Examinador(a):

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Dr. Marcelo Maria e a Dra. Mariana Klein Heck que me deram a oportunidade incrível de estagiar no escritório Uihôa Canto, Rezende e Guerra Advogados entre os anos de 2020 a 2022 e que me fizeram criar grande paixão pelo direito imobiliário e ambiental, incluindo o fato de terem me apresentado o tema ESG. Descobri assim realmente qual área pretendo seguir na minha carreira jurídica.

Agradeço também aos meus pais Zaldivar e Suzete e a minha irmã Julianna que me apoiaram a chegar até aqui, enfrentando todas as dificuldades e me mostrando como nossas escolhas são importantes nessa vida.

Este trabalho é dedicado a Deus e a minha amada família.

RESUMO

O tema da efetividade do ESG e do *greenwashing* na proteção do direito fundamental ao meio ambiente é de grande importância para a sociedade e para as empresas, já que a preocupação com a sustentabilidade e a responsabilidade socioambiental vem se tornando cada vez mais relevante. O ESG é uma metodologia utilizada para avaliar a performance das empresas em relação a questões ambientais, sociais e de governança, enquanto o *greenwashing* é a prática de uma empresa se promover como ambientalmente responsável sem realmente adotar práticas sustentáveis. Nesse contexto, a pesquisa busca analisar a efetividade do ESG como ferramenta para incentivar as empresas a adotarem práticas mais sustentáveis, bem como a influência do *greenwashing* na percepção dos consumidores e da sociedade em relação às empresas. Para tanto, serão analisados casos práticos e situações simuladas, a fim de identificar o comportamento da legislação brasileira diante dos métodos experimentados. A pesquisa pretende, ainda, discutir o papel do direito na proteção do meio ambiente e como a legislação brasileira pode ser aprimorada para incentivar práticas mais sustentáveis por parte das empresas, bem como punir aquelas que se engajam em *greenwashing*.

Palavras-chave: ESG; *Greenwashing*; Sustentabilidade; Direito Ambiental; Direito Internacional; Responsabilidade Socioambiental;.

ABSTRACT

The topic of the effectiveness of ESG and *greenwashing* in protecting the fundamental right to the environment is of immense importance for society and for companies since the concern with sustainability and socio-environmental responsibility is becoming increasingly relevant. ESG is a methodology used to assess companies' performance in relation to environmental, social and governance issues, while *greenwashing* is the practice of a company promoting itself as environmentally responsible without actually adopting sustainable practices. In this context, the research aims to analyze the effectiveness of ESG as a tool to encourage companies to adopt more sustainable practices, as well as the influence of *greenwashing* on the perception of consumers and society regarding companies. To this end, practical cases and simulated situations will be analyzed in order to identify the behavior of Brazilian legislation in the face of practical methods. The research also intends to discuss the role of law in protecting the environment and how Brazilian legislation can be improved to encourage more sustainable practices by companies, as well as punish those who engage in *greenwashing*.

Keywords: ESG; Greenwashing; Sustainability; Environmental Law; International right; Social and Environmental Responsibility;.

Sumário: INTRODUÇÃO. 1. História, desenvolvimento e conceituação; 1.1 História e Desenvolvimento de Práticas ESG no Brasil; 2. Greenwashing; 3. Responsabilidade Perante Stakeholders; 4. Vício de Vontade e sua Correlação com o Greenwashing e as práticas ESG; 4.1 Relação Entre Vício da Vontade e Greenwashing; CONSIDERAÇÕES FINAIS; 5. REFERÊNCIAS.

INTRODUÇÃO

A crescente preocupação com a sustentabilidade empresarial e a necessidade de atender às expectativas das mais variadas partes interessadas com a atividade corporativa (também conhecidas como *stakeholders*) tem levado muitas corporações a adotar as práticas voluntárias de ESG. Essa estratégia combina fatores ambientais, sociais e de governança em suas operações, buscando alinhar os interesses das partes interessadas e agregar valor aos negócios. No entanto, a prática de *greenwashing*, relacionada ao desalinhamento entre práticas sustentáveis e divulgação de resultados, pode comprometer a eficácia dessas ações, levando ao chamado vício de vontade no Direito brasileiro.

A história e o desenvolvimento da abordagem ESG no Brasil, bem como sua conceituação, são elementos fundamentais para entender o contexto em que o vício de vontade gerado pela prática de *greenwashing* ocorre. A adoção de práticas ESG no país tem crescido significativamente nos últimos anos, impulsionada pela pressão dos investidores e pela conscientização da sociedade sobre a importância da sustentabilidade.

O *greenwashing* é uma prática comum no mercado, em que as empresas utilizam ações de marketing para criar a imagem de que são sustentáveis e responsáveis socialmente, mesmo quando não é o caso. Esse comportamento pode ser prejudicial para as organizações que adotam a abordagem ESG de forma genuína, pois mina a credibilidade de suas ações e reduz o impacto positivo que poderiam ter.

A responsabilidade perante stakeholders é um dos pilares da abordagem ESG e é fundamental para o sucesso dessa estratégia. As organizações devem levar em conta as necessidades e expectativas de seus stakeholders ao tomar decisões e implementar ações, buscando equilibrar interesses conflitantes e maximizar o valor para todos.

O vício de vontade, conforme ditame do Direito brasileiro, é um fenômeno que ocorre quando uma pessoa ou organização é influenciada por informações ou percepções equivocadas e toma decisões com base nessas informações, mesmo que não correspondam à realidade. No contexto da abordagem ESG, o vício de vontade pode ocorrer quando as empresas acreditam estar agindo de forma sustentável, mas na verdade estão apenas criando uma imagem de sustentabilidade sem adotar medidas reais.

A relação entre o vício de vontade e o *greenwashing* é um aspecto importante a ser explorado, já que a prática de *greenwashing* pode levar as empresas a acreditar que estão sendo sustentáveis, quando na verdade estão apenas criando uma imagem falsa. Isso pode resultar em decisões equivocadas e ações ineficazes, comprometendo o sucesso da estratégia ESG.

Neste trabalho, será analisada a aplicação de práticas de ESG e o vício de vontade gerado pela prática de *greenwashing*. O objetivo é identificar os desafios enfrentados pelas empresas que adotam a abordagem ESG de forma genuína e avaliar as implicações do vício de vontade na eficácia dessas ações.

Para alcançar esse objetivo, serão abordados temas como a história e desenvolvimento da abordagem ESG no Brasil, o conceito de *greenwashing*, a responsabilidade perante stakeholders e a relação entre vício de vontade conforme previsto no Direito nacional e práticas de *greenwashing* a partir da pauta ESG. Serão utilizados dados e informações de fontes confiáveis, como artigos científicos, relatórios de empresas e organizações, além de legislações e normas relacionadas.

Nesse contexto, surge a questão do vício de vontade. Esse conceito é utilizado no direito brasileiro para designar uma situação em que uma pessoa toma uma decisão viciada por algum tipo de coação, erro ou fraude. No âmbito do Direito Empresarial, o vício de vontade pode estar presente quando uma empresa adota práticas não sustentáveis por acreditar que isso é necessário para manter sua competitividade ou por falta de informação adequada.

Acredita-se que o estudo proposto contribuirá para a compreensão dos desafios e oportunidades relacionados à aplicação da abordagem ESG e para o desenvolvimento de estratégias mais efetivas para a promoção da sustentabilidade empresarial. Além disso, o estudo poderá ajudar empresas e investidores a identificar práticas inadequadas e a tomar decisões mais conscientes e responsáveis.

O presente artigo está estruturado em três partes principais. Na primeira, serão abordados a história e desenvolvimento da abordagem ESG no Brasil, bem como suas principais características e benefícios.

Na segunda parte, será apresentado o conceito de *greenwashing*, suas principais características e implicações para a sustentabilidade empresarial. Por fim, na terceira parte, será analisada a relação entre *greenwashing* e vício de vontade, suas causas e consequências, bem como estratégias para preveni-las.

Espera-se que este estudo possa contribuir para a disseminação de informações sobre a abordagem ESG e a importância de práticas sustentáveis nas empresas. Além disso, o estudo pode fornecer subsídios para a tomada de decisão de investidores e gestores empresariais, bem como contribuir para o aprimoramento de políticas públicas relacionadas ao tema.

Os resultados obtidos serão apresentados de forma clara e objetiva, a partir do método indutivo e com base em uma revisão bibliográfica sistemática e análise de dados primários e secundários. As conclusões serão fundamentadas em evidências empíricas e teóricas, bem como em análises críticas dos dados e informações coletados.

1. História, desenvolvimento e conceituação

ESG é uma abreviatura para "*Environmental, Social and Governance*", ou "Meio Ambiente, Social e Governança", e tem sido um tópico importante de discussão no universo corporativo nas últimas décadas. Esse conceito, pensando sob uma ótica de atitudes voluntárias por parte das corporações, inicialmente seguia uma nomenclatura empresarial diferente indicada por responsabilidade social corporativa (*corporate social responsibility*)¹.

A história do ESG, contudo, remonta à década de 1960, quando as empresas começaram a se preocupar com as questões ambientais e adotaram medidas para minimizar o impacto de suas atividades no meio ambiente.

A partir dos anos 1980, a preocupação com a responsabilidade social corporativa começou a ganhar destaque e, finalmente, na década de 1990, a governança corporativa emergiu como um fator crítico para o sucesso das empresas.

No entanto, foi apenas na última década que a integração dos três pilares do ESG se tornou uma tendência mundial. Isso ocorreu devido à crescente conscientização dos investidores sobre a importância da sustentabilidade e da responsabilidade social nas atividades empresariais, bem como a crescente pressão de organizações e da sociedade civil.

O conceito de ESG envolve a incorporação de questões ambientais, sociais e de governança nas decisões empresariais. Segundo Marques, "O ESG é um conceito que abrange as dimensões ambiental, social e de governança, representando um

¹ ATCHABAHIAN, 2022, p. 18.

conjunto de práticas adotadas pelas empresas para atender aos interesses de seus stakeholders e gerar valor sustentável de longo prazo."².

As questões ambientais incluem a mitigação do impacto ambiental das atividades empresariais, bem como a gestão de recursos naturais e a adaptação às mudanças climáticas.

As questões sociais incluem a promoção da diversidade, equidade e inclusão, bem como o respeito aos direitos humanos e a responsabilidade social corporativa. Já as questões de governança incluem a transparência, integridade, ética e responsabilidade corporativa.

A importância do ESG está diretamente relacionada à mudança de percepção dos investidores sobre a responsabilidade social das empresas e sua relação com o desempenho financeiro a longo prazo. Hoje, a maioria dos investidores reconhece que questões ESG podem afetar significativamente o valor de mercado de uma empresa³.

Conforme afirma Renata Franco: "Os investidores estão se tornando cada vez mais conscientes de que a gestão dos riscos ESG pode afetar significativamente o desempenho financeiro das empresas."⁴.

A integração do ESG nas estratégias empresariais é importante para garantir que as empresas gerem valor a longo prazo, atendam às expectativas dos investidores e da sociedade, e sejam sustentáveis.

A adoção de práticas ESG pode ser um diferencial competitivo para as empresas, pois pode ajudá-las a construir uma reputação positiva e fortalecer sua marca. Além disso, as empresas que adotam práticas ESG geralmente possuem melhores índices de desempenho financeiro, uma vez que gerenciam melhor seus riscos, reduzem custos operacionais e aumentam a eficiência.

Ainda de acordo com Renata Franco:

"A adoção de práticas de ESG pode ser vista como um caminho para a sustentabilidade empresarial, pois pode ajudar a empresa a minimizar riscos, aumentar a eficiência, aprimorar a gestão de recursos, inovar e melhorar a imagem e reputação da empresa."⁵

² MARQUES, 2020, p. 15

³ COLLINI, 2021, p. 25

⁴ FRANCO, 2021, p. 27

⁵ FRANCO, 2021, p. 31

O desenvolvimento do ESG também foi impulsionado por uma mudança na percepção do papel das empresas na sociedade. A ideia de que as empresas devem maximizar apenas o lucro para os acionistas vem sendo substituída pela ideia de que as empresas devem ser responsáveis por seus impactos na sociedade e no meio ambiente, além de gerar valor para seus stakeholders. Essa mudança de percepção é conhecida como "capitalismo consciente"⁶.

Neste sentido, é válido o ensinamento de John Ruggie, idealizador dos Princípios Orientadores da ONU sobre Empresas e Direitos Humanos: "O capitalismo consciente trata as empresas como instituições fundamentais da sociedade, com obrigações e responsabilidades mais amplas do que apenas a geração de lucro."⁷

O ESG é um conceito em evolução e, como tal, sua definição e implementação ainda estão em constante desenvolvimento. No entanto, as empresas estão cada vez mais cientes da importância do ESG e estão adotando práticas ESG para gerenciar melhor seus riscos e maximizar o valor de longo prazo para seus stakeholders.

Como resultado, o ESG está se tornando cada vez mais relevante para os investidores e as empresas que não adotam práticas ESG correm o risco de ficar para trás em termos de competitividade e valor de mercado.

Conforme afirmou o presidente da BlackRock, Larry Fink, em sua carta anual aos CEOs em 2023: "Ao longo de 2020, vimos como as empresas com propósito, com melhor perfil ambiental, social e de governança (ASG, ou ESG em inglês), tiveram desempenho superior aos seus pares."⁸ Isso significa que investir em práticas ESG traz um diferencial significativo para as corporações no planeta.

Em resumo, o ESG é um conceito importante para as empresas que buscam maximizar o valor de longo prazo para seus stakeholders. A integração de práticas ESG em suas estratégias empresariais pode ajudá-las a gerenciar melhor seus riscos, aumentar sua eficiência, fortalecer sua reputação e gerar valor financeiro. Além disso, a mudança de percepção em relação ao papel das empresas na sociedade torna o ESG cada vez mais relevante para investidores e empresas em todo o mundo.

1.1 História e Desenvolvimento de práticas ESG no Brasil

A adoção de práticas ambientais, sociais e de governança (ESG) por empresas brasileiras tem se tornado cada vez mais comum. Essa tendência é reflexo do

⁶ SISODIA, 2012.

⁷ SISODIA, 2012.

⁸ FINK, Larry. 2023

aumento da conscientização da sociedade em relação às questões socioambientais e do papel das empresas na promoção do desenvolvimento sustentável. A história e o desenvolvimento da ESG no Brasil estão intimamente ligados ao movimento global em prol da sustentabilidade.

De acordo com André Frossard Albuquerque: "a implementação de práticas ESG no Brasil teve início na década de 1990, com a adoção de medidas de responsabilidade social por algumas empresas"⁹. A partir dos anos 2000, a preocupação com o meio ambiente e a governança corporativa ganhou maior destaque, impulsionada por eventos como a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (Rio-92) e a criação do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) pela B3 em 2005.

A implantação de práticas ESG no Brasil também está relacionada à pressão dos investidores por empresas mais responsáveis. Segundo Ricardo Albuquerque: "os investidores têm um papel importante na disseminação das práticas ESG, uma vez que a demanda por empresas mais sustentáveis tem crescido nos últimos anos"¹⁰

O aumento da preocupação dos investidores com a sustentabilidade está relacionado à percepção de que empresas sustentáveis são mais resilientes a crises e mais rentáveis a longo prazo.

A Bolsa de Valores Brasileira (B3) desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de práticas ESG no Brasil, sendo responsável pelo Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) desde 2005. O ISE é um indicador que seleciona empresas com boas práticas ambientais, sociais e de governança para compor uma carteira que serve como referência para investidores.

O desenvolvimento da agenda ESG no Brasil também é influenciado pela legislação ambiental e trabalhista, que tem se tornado mais rigorosa nos últimos anos. A Lei nº 12.305/2010, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos, é um exemplo de legislação que incentiva as empresas a adotarem práticas mais sustentáveis¹¹.

Ademais, Marcelo Abelha Rodrigues aponta a necessidade de um esforço conjunto entre governo, empresas e sociedades para a promoção da sustentabilidade e para a superação de alguns desafios estruturais são o verdadeiro desafio para a

⁹ ALBUQUERQUE, 2020, p. 60

¹⁰ ALBUQUERQUE, 2020, p. 85

¹¹ ALBUQUERQUE, 2022, p. 75

implantação da ESG no Brasil¹². No entanto, apesar dos desafios, a ESG vem ganhando espaço no mercado brasileiro. Segundo um relatório da B3, a bolsa de valores brasileira, em 2022 houve um aumento de 81% no número de empresas que aderiram à metodologia ESG em relação ao ano anterior.¹³ Isso demonstra que a preocupação com a sustentabilidade e a responsabilidade socioambiental está cada vez mais presente nas empresas brasileiras.

Além disso, o governo brasileiro também vem adotando medidas para promover a sustentabilidade. Em 2020, pelo Decreto nº 10.239/2020, foi reativado o Conselho Nacional da Amazônia Legal, que tem como objetivo coordenar e integrar as ações governamentais na região amazônica.

Outra iniciativa importante no Brasil, além da criação de programas e da reativação do referido conselho, é a criação de fundos de investimento sustentável. O primeiro fundo ESG do país foi lançado em 2005, e desde então outros fundos foram criados, demonstrando um crescente interesse dos investidores em investimentos mais responsáveis.

No entanto, ainda há desafios a serem enfrentados no desenvolvimento da ESG no Brasil. A falta de transparência e a prática do *greenwashing* por algumas empresas podem comprometer a efetividade da metodologia. Com relação à transparência corporativa, André Frossard Albuquerque afirma:

"a transparência é fundamental para a efetividade das práticas ESG, uma vez que permite que os investidores e a sociedade identifiquem empresas que adotam práticas sustentáveis de forma efetiva, e que evitem as empresas que praticam o *greenwashing*"¹⁴.

Assim, colaboração entre empresas, governo e sociedade é essencial para superar esses desafios e garantir um futuro mais sustentável para todos. Dessa forma, serão analisados a seguir os conceitos de *greenwashing* e a responsabilização de empresas com práticas inverídicas de ESG a partir do conceito jurídico de vício de vontade.

2. Greenwashing

De acordo com a literatura, greenwashing é uma prática comum de algumas empresas que se utilizam de estratégias de marketing para promover uma imagem

¹² RODRIGUES, 2021, p. 34

¹³ SOARES, 2022.

¹⁴ ALBUQUERQUE, 2021, p. 45

ambientalmente responsável, sem, contudo, adotar práticas sustentáveis em suas atividades ¹⁵.

Essa prática tem se tornado cada vez mais comum, principalmente em razão do aumento da preocupação com a sustentabilidade por parte dos consumidores e da sociedade em geral. No entanto, o *greenwashing* compromete a efetividade de práticas ESG e a proteção do direito fundamental ao meio ambiente.

Segundo Paulo de Bessa Antunes: "o *greenwashing* é uma prática que tem por objetivo enganar o consumidor, apresentando informações falsas ou enganosas sobre a sustentabilidade de um produto ou empresa" ¹⁶.

Isso pode ser feito de diversas formas, como a utilização de termos vagos ou genéricos, a exageração de benefícios ambientais, o uso de imagens de natureza em campanhas publicitárias, entre outras estratégias.

Uma das principais consequências do *greenwashing* é a perda de confiança dos consumidores nas empresas e na metodologia ESG. De acordo com um estudo realizado pela consultoria Nielsen, 66% dos consumidores estão dispostos a pagar mais por produtos de empresas comprometidas com a sustentabilidade, mas apenas 22% confiam nas informações apresentadas pelas empresas sobre seus impactos ambientais ¹⁷.

Além disso, o *greenwashing* pode prejudicar a concorrência leal no mercado e favorecer empresas que não adotam práticas sustentáveis. Isso pode ser especialmente prejudicial em setores em que a sustentabilidade é um fator relevante, como o setor de energia eólica ou de alimentos orgânicos.

Segundo Marcelo Dias Varella, "o *greenwashing* pode prejudicar a concorrência leal no mercado, uma vez que empresas que adotam práticas sustentáveis acabam sendo prejudicadas em relação a empresas que utilizam estratégias de marketing enganosas" ¹⁸.

Para combater o *greenwashing*, é importante que os consumidores e investidores sejam capazes de identificar práticas sustentáveis de forma efetiva. Isso pode ser feito por meio da busca por informações precisas e confiáveis, do uso de

¹⁵ RODRIGUES; CORRAR, 2021, p. 67

¹⁶ ANTUNES, 2021, p. 195

¹⁷ NIELSEN, 2015

¹⁸ VARELLA, 2019, p. 85

certificações e selos de sustentabilidade, da análise de relatórios de sustentabilidade e do monitoramento da cadeia produtiva das empresas.

De acordo com Paulo de Bessa Antunes, "os consumidores e investidores devem buscar informações precisas e confiáveis sobre as práticas sustentáveis adotadas pelas empresas, de forma a evitar o *greenwashing* e contribuir para a efetividade da metodologia ESG"¹⁹

Outra forma de combater o *greenwashing* é por meio da regulamentação e da fiscalização por parte das autoridades competentes. No Brasil, o Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 37, prevê que é proibida a veiculação de publicidade enganosa ou abusiva, sendo que a prática de *greenwashing* pode ser enquadrada nessa categoria. Além disso, a legislação ambiental também prevê sanções para empresas que não cumprem com as normas de proteção ao meio ambiente.

Nesse sentido, é importante ressaltar a relevância do papel das agências reguladoras e dos órgãos governamentais responsáveis pela fiscalização e aplicação das leis ambientais. Esses órgãos têm o dever de garantir a proteção do meio ambiente e, portanto, devem atuar de forma proativa no combate ao *greenwashing* e na promoção de práticas mais sustentáveis por parte das empresas.

Além disso, a sociedade também tem um papel fundamental para evitar as práticas de *greenwashing*. Os consumidores podem exercer pressão sobre as empresas por meio de boicotes e de ações de conscientização, exigindo transparência e responsabilidade socioambiental por parte das empresas.

Em suma, o *greenwashing* é uma prática enganosa e prejudicial, que compromete a efetividade da metodologia ESG e a proteção do meio ambiente. Para combatê-la, é necessário investir em educação e conscientização, regulamentação e fiscalização, bem como na mobilização da sociedade civil. Será, assim, vista como deve se dar a responsabilidade corporativa perante os stakeholders em casos de *greenwashing*.

3. Responsabilidade Perante Stakeholders

Como visto anteriormente, o *greenwashing* se consubstancia em prática enganosa adotada por empresas que buscam se apresentar como mais sustentáveis do que realmente são. O objetivo é criar uma imagem positiva perante o público e aproveitar o interesse crescente pela sustentabilidade para aumentar as vendas²⁰. No

¹⁹ ANTUNES, 2021, p. 200

²⁰ DELMAS & BURBANO, 2011, p. 107

entanto, a prática pode ter graves consequências para as empresas e seus stakeholders, que incluem clientes, funcionários, acionistas e a comunidade em geral.

As empresas praticantes de *greenwashing* têm uma responsabilidade ética e, principalmente, normativa perante seus stakeholders. Elas devem ser honestas em relação às suas práticas e aos impactos que causam no meio ambiente. Isso inclui a transparência em relação à emissão de poluentes, uso de recursos naturais e a adoção de práticas sustentáveis em toda a cadeia de produção. Além disso, as empresas devem se esforçar para melhorar suas práticas e reduzir seu impacto ambiental.

Os consumidores são os principais stakeholders afetados pelo *greenwashing*²¹. Eles têm o direito de saber exatamente o que estão comprando e como isso afeta o meio ambiente. As empresas que praticam *greenwashing* enganam os consumidores ao criar uma imagem falsa de sustentabilidade, o que pode levar a escolhas de consumo prejudiciais ao meio ambiente. Por isso, as empresas têm a responsabilidade legal de fornecer informações claras e precisas sobre seus produtos e práticas ambientais.

Os funcionários e colaboradores também são afetados pelo *greenwashing*. Eles têm o direito de trabalhar em uma empresa que se preocupa com o meio ambiente e adota práticas sustentáveis. As empresas que praticam *greenwashing* não estão cumprindo essa responsabilidade, já que não estão agindo de maneira coerente com suas mensagens. Isso pode afetar a motivação e a produtividade dos funcionários, além de gerar desconfiança e insatisfação.

Os acionistas também têm responsabilidade em relação ao *greenwashing*. Eles investem em empresas com a expectativa de obter um retorno financeiro, mas também têm o dever de monitorar as práticas ambientais da empresa e garantir que elas estejam em linha com as expectativas dos consumidores e da sociedade em geral. Os acionistas devem pressionar as empresas para que adotem práticas mais sustentáveis e transparentes, além de exigir informações precisas sobre o impacto ambiental das empresas.

A comunidade em geral também é afetada pelo *greenwashing*. As empresas têm a responsabilidade de respeitar as comunidades locais e adotar práticas que não causem danos ao meio ambiente ou à saúde das pessoas. As empresas que praticam

²¹ DIFFENDERFER & BAKER, 2011, p. 5.

greenwashing estão agindo de maneira irresponsável e não cumprindo essa responsabilidade. Isso pode levar a problemas de saúde e ambientais, além de gerar desconfiança e insatisfação na comunidade.

As empresas praticantes de *greenwashing* também têm uma responsabilidade legal perante seus stakeholders. Elas podem enfrentar processos judiciais e multas se forem pegos enganando os consumidores ou violando as leis ambientais. As empresas que adotam práticas sustentáveis e transparentes estão em uma posição mais vantajosa do ponto de vista legal, já que estão agindo de maneira ética e em conformidade com as leis.

Além das responsabilidades éticas e legais, as empresas praticantes de *greenwashing* também enfrentam o risco de danificar a sua reputação e a confiança dos seus stakeholders. Os consumidores estão cada vez mais conscientes da importância da sustentabilidade e do impacto que suas escolhas de consumo podem ter no meio ambiente e na sociedade.

Por isso, quando descobrem que uma empresa está praticando *greenwashing*, podem sentir-se enganados, deixando de confiar na marca e optando por consumir produtos de empresas mais transparentes e confiáveis. Além disso, os investidores também podem se sentir prejudicados quando descobrem que uma empresa está praticando *greenwashing*. Isso pode levar a perda de valor das ações da empresa e afetar negativamente o seu desempenho financeiro a longo prazo. Por isso, é fundamental que as empresas sejam transparentes e honestas em suas práticas de sustentabilidade, para evitar possíveis processos judiciais e sanções financeiras.

Outra responsabilidade importante das empresas praticantes de *greenwashing* é com relação aos seus colaboradores e à sua cultura organizacional. Quando uma empresa coloca a sustentabilidade como um valor importante, é essencial que essa mensagem seja internalizada em toda a empresa e refletida nas suas práticas cotidianas. Caso contrário, os colaboradores podem se sentir desmotivados e desengajados, o que pode afetar negativamente o clima organizacional e a produtividade da empresa.

Além disso, as empresas praticantes de *greenwashing* também devem ser responsáveis com relação aos seus fornecedores e à cadeia de produção como um todo. Ao promover práticas insustentáveis, essas empresas podem estar contribuindo para a exploração de mão de obra e para a perpetuação de desigualdades sociais.

As empresas praticantes de *greenwashing* também têm uma responsabilidade com relação à inovação e ao desenvolvimento de novas tecnologias sustentáveis, em atingimento aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da Organização das Nações Unidas. Ao promover práticas insustentáveis, essas empresas podem estar contribuindo para a perpetuação de práticas ultrapassadas e prejudiciais ao meio ambiente e à sociedade. Por isso, é fundamental que as empresas invistam em pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias e práticas sustentáveis, a fim de contribuir para um mundo mais justo e equilibrado.

Além disso, as empresas praticantes de *greenwashing* também têm uma responsabilidade com relação à educação e conscientização dos seus stakeholders. Ao promover práticas insustentáveis como se fossem sustentáveis, essas empresas estão contribuindo para a perpetuação de informações falsas e desinformação. Por isso, é fundamental que as empresas sejam transparentes e educativas em suas práticas.

As empresas também têm uma responsabilidade com a sociedade como um todo. Quando as empresas praticam o *greenwashing*, elas estão comprometendo o bem-estar e a qualidade de vida de seus stakeholders. Ao invés de ajudar a sociedade a alcançar a sustentabilidade, essas empresas estão apenas buscando benefícios financeiros de curto prazo, sem se preocupar com as consequências futuras.

Por fim, as empresas praticantes de *greenwashing* têm uma responsabilidade com relação ao meio ambiente. Ao promover práticas insustentáveis como se fossem sustentáveis, essas empresas estão contribuindo para a degradação do meio ambiente. Isso pode causar impactos negativos em todo o ecossistema, incluindo a vida selvagem, o ar, a água e o solo. As empresas devem se esforçar para reduzir seu impacto ambiental e trabalhar em direção a práticas mais sustentáveis.

Em resumo, as empresas praticantes de *greenwashing* têm uma responsabilidade ética, legal, educativa, social e ambiental perante seus stakeholders. Elas devem ser transparentes e honestas em suas práticas e trabalhar para implementar mudanças significativas em direção à sustentabilidade. A transparência e a educação são fundamentais para evitar a perpetuação de informações falsas e desinformação, garantindo que as empresas possam contribuir para um futuro sustentável e próspero para todos.

4. Vício de Vontade e sua correlação com o *Greenwashing* e as práticas ESG

O vício de vontade se caracteriza pela manifestação da vontade viciada do agente, que é levado a praticar determinado ato jurídico em razão de erro, dolo, coação, estado de perigo ou lesão. O vício de vontade pode ocorrer em diversos tipos de contratos, como o contrato de compra e venda, o contrato de prestação de serviços, entre outros.

No Código Civil brasileiro, o vício de vontade é tratado no artigo 138, que dispõe que "é anulável o negócio jurídico quando a coação decorrer de terceiro que não o credor, e esta for o motivo determinante do ato".

Além disso, o artigo 139 do mesmo diploma legal prevê que:

"o erro é substancial quando:

I - interessa à natureza do negócio, ao objeto principal da declaração, ou a alguma das qualidades a ele essenciais;

II – concerne à identidade ou à qualidade essencial da pessoa a quem se refira a declaração, desde que tenha influído nesta de modo relevante;

III - sendo de direito e não implicando recusa à aplicação da lei, for o motivo único ou principal do negócio jurídico".

É importante ressaltar que o vício de vontade pode ocorrer de diversas formas, como no caso do erro que pode ser provocado por informações falsas ou incompletas, ou no caso da coação, que pode ocorrer quando há ameaça ou violência física ou psicológica.

Outra forma de vício de vontade é a lesão, como por exemplo, citado no artigo 157 do Código Civil de 2002, que ocorre quando uma das partes é prejudicada em razão de sua inexperiência, ignorância, fraqueza ou necessidade. De acordo com Leonardo Aquino: " O vício da lesão se caracteriza pela obtenção de um lucro exagerado por uma das partes em detrimento da inexperiência, da necessidade econômica ou de qualquer outra circunstância que limite a vontade da outra parte no momento da realização do negócio jurídico."²².

O vício de vontade na legislação brasileira é uma importante ferramenta para a proteção dos consumidores e para garantir a efetividade dos contratos. No entanto, é importante que os agentes estejam atentos para não serem induzidos a erro por práticas de *greenwashing*, que podem levar a vícios de vontade.

É fundamental que as empresas sejam transparentes e honestas em suas práticas, evitando qualquer tipo de engano ao consumidor ou investidor. Nesse

²² AQUINO, 2019, p. 135

sentido, a legislação brasileira estabelece medidas para combater o vício de vontade decorrente de práticas enganosas.

O Código de Defesa do Consumidor prevê, por exemplo, a proteção contra publicidade enganosa ou abusiva, através de seu art. 37, que pode induzir o consumidor a erro e gerar um vício de vontade. De acordo com o Leonardo Bessa, a prática de *greenwashing* pode, inclusive, ser caracterizada como uma publicidade enganosa, o que, geraria nulidade do contrato.

Além disso, a legislação também prevê a obrigação de as empresas informarem claramente sobre os produtos ou serviços oferecidos, incluindo suas características e impactos ambientais.

O Código de Defesa do Consumidor estabelece que o fornecedor tem a obrigação de informar sobre "as características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados relevantes". Essas informações são importantes para que o consumidor possa tomar uma decisão informada e consciente, sem ser induzido a erro por práticas de *greenwashing*.

No entanto, apesar da existência de legislação que protege os consumidores contra o vício de vontade decorrente de práticas enganosas, ainda há desafios a serem enfrentados.

Para combater o vício de vontade causado pelo *greenwashing*, é necessário que os consumidores e investidores estejam atentos e se informem sobre as práticas das empresas. A transparência e a prestação de contas são fundamentais para identificar práticas de *greenwashing* e garantir que as empresas adotem práticas sustentáveis de forma efetiva.

Por fim, é importante destacar que o vício de vontade causado pelo *greenwashing* não é apenas um problema jurídico, mas também ético e moral, sobretudo a partir de práticas voluntárias de ESG. As empresas têm uma responsabilidade social e ambiental e devem agir de forma responsável e transparente. A sustentabilidade deve ser uma preocupação legítima e não uma estratégia de marketing para enganar consumidores e investidores.

4.1 Relação Entre Vício da Vontade e *Greenwashing*

O *greenwashing* pode causar vício de vontade nos consumidores, levando-os a adquirir produtos ou serviços com base em informações falsas ou enganosas sobre sua sustentabilidade ambiental.

O vício de vontade do consumidor ocorre quando este é induzido a erro por informações enganosas ou simplesmente falsas, sobre um produto, um serviço ou qualquer outra questão que seja objeto de uma relação de consumo.

Nesse sentido, a prática do *greenwashing* pode ser considerada um vício de vontade, visto que induz o consumidor a adquirir um produto ou serviço com base em informações falsas ou enganosas. O vício de vontade causado pelo *greenwashing* pode resultar em prejuízos financeiros para os consumidores, que podem pagar mais caro por um produto ou serviço que não atende aos padrões de sustentabilidade ambientais. Além disso, essa prática pode comprometer a proteção do meio ambiente, já que os consumidores podem estar adquirindo produtos ou serviços que não são realmente sustentáveis, mas que são anunciados como tais.

Para combater o vício de vontade causado pelo *greenwashing*, é importante que os consumidores tenham acesso a informações transparentes e precisas sobre os produtos e serviços que desejam adquirir.

Além disso, é necessário que haja uma regulamentação e fiscalização mais efetivas por parte das autoridades competentes, para coibir a prática do *greenwashing* e proteger os consumidores e o meio ambiente. O Código de Defesa do Consumidor prevê que é proibida a veiculação de publicidade enganosa ou abusiva, sendo que a prática de *greenwashing* pode ser enquadrada nessa categoria.

Outra medida importante para combater o vício de vontade causado pelo *greenwashing* é a conscientização dos consumidores sobre os riscos dessa prática. Os consumidores devem ser informados sobre a importância de avaliar cuidadosamente as informações apresentadas pelos fabricantes e prestadores de serviços, a fim de identificar possíveis práticas de *greenwashing* e evitar serem induzidos a adquirir produtos ou serviços que não são realmente sustentáveis.

É importante ressaltar que o vício de vontade causado pelo *greenwashing* não é exclusivo dos consumidores finais, mas também pode ocorrer entre empresas e investidores. Segundo Paulo de Tarso Vieira Sanseverino:

"A prática do *greenwashing*, além de falsear informações importantes e essenciais ao mercado, pode criar vícios de vontade também entre os próprios investidores, que são induzidos a adotar práticas insustentáveis ou a investir em empresas que utilizam essa prática"²³

²³ SANSEVERINO, 2020, p. 398

O vício de vontade causado pelo *greenwashing* pode trazer consequências jurídicas para as empresas que utilizam essa prática. A legislação brasileira prevê a responsabilidade civil por danos causados ao consumidor em razão de publicidade enganosa ou abusiva.

No que se refere aos investidores, o vício de vontade causado pelo *greenwashing* pode levar a investimentos em empresas que não adotam práticas sustentáveis, o que pode gerar prejuízos financeiros. Segundo André Frossard Albuquerque: "o investidor que adquire ações de uma empresa com base em informações inverídicas e falsas pode ser prejudicado, uma vez que o valor das ações pode ser afetado negativamente pela descoberta da prática de *greenwashing*". Nesse sentido, a prática de *greenwashing* pode gerar responsabilidade civil por parte das empresas que utilizam essa estratégia de marketing.

Percebe-se, portanto, que há mecanismos normativos e jurídicos capazes de responsabilizar empresas por *greenwashing* quando elas, a partir de práticas voluntárias de ESG, dizem atuar na proteção socioambiental sem efetivamente fazê-lo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A prática do *greenwashing* é um problema que afeta não apenas as empresas envolvidas nas práticas de propaganda enganosa, mas também a sociedade e o meio ambiente. A responsabilidade dessas empresas perante seus stakeholders deve ser levada a sério e cumprida de forma ética e transparente.

As empresas têm uma responsabilidade social e ambiental, e essa responsabilidade não pode ser ignorada em prol de ganhos financeiros de curto prazo. Os stakeholders, incluindo os consumidores, investidores, comunidades locais e reguladores, estão cada vez mais atentos às práticas das empresas e exigindo transparência e ação em relação à sustentabilidade.

As empresas praticantes de *greenwashing* devem assumir a responsabilidade por suas ações e reparar o dano causado. Isso inclui corrigir as práticas insustentáveis, comunicar de forma transparente e educativa sobre as ações tomadas e trabalhar para evitar futuras práticas de *greenwashing*.

A educação e conscientização dos stakeholders são essenciais para combater o *greenwashing*. As empresas devem investir em campanhas de educação e conscientização sobre questões ambientais e sustentáveis, de modo que seus

stakeholders possam tomar decisões informadas e contribuir para a promoção de práticas sustentáveis.

As regulamentações governamentais também são necessárias para responsabilizar as empresas praticantes de *greenwashing*. Os governos devem estabelecer leis e regulamentações mais rigorosas que tornem obrigatória a transparência e responsabilidade ambiental das empresas. Por consequência, o Brasil especialmente deveria ter regras mais rigorosas em relação ao *greenwashing*. Apesar de termos o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil, além de outras normas ambientais, as quais respaldam os consumidores diante a lei brasileira isso tudo ainda é muito pouco perto do que poderíamos ter e não muito abrangente quando se trata do tema ESG. Sem dúvida, se houvesse leis focadas nesse assunto, conseguiríamos além de gerar mais proteção ao meio ambiente e a parte social e governamental, uma maior efetividade nas punições as empresas que por fim cometem *greenwashing*. O grande problema do Brasil é isso, faltam leis e sanções que realmente acometam aqueles que praticam atos ilegais e assim vivemos em um país com uma legislação e prática de ações incongruentes.

A transparência e a prestação de contas são fundamentais para a sustentabilidade empresarial. As empresas devem ser transparentes sobre suas práticas e divulgar informações relevantes, incluindo relatórios de sustentabilidade e auditorias ambientais.

Por fim, a sustentabilidade empresarial deve ser vista como um investimento a longo prazo, em vez de uma despesa. As empresas que priorizam a sustentabilidade e agem de forma responsável têm a oportunidade de aumentar sua reputação, ganhar a lealdade do consumidor e criar um futuro mais sustentável para si e para a sociedade como um todo.

Espera-se que este artigo contribua para a discussão sobre a importância do ESG e do direito ambiental na proteção do meio ambiente e na promoção do desenvolvimento sustentável, bem como para a identificação de potenciais lacunas na legislação brasileira e a proposição de medidas para aprimorar a proteção ao meio ambiente e incentivar práticas corporativas mais sustentáveis.

5. REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, André Frossard. **ESG e Direito Ambiental: efetividade e desafios no Brasil**. Revista Eletrônica do Curso de Direito do UNIFACEX, Natal, v. 13, n. 2, p. 1-18, 2021.
- AMBIENTE BRASIL. **O que é greenwashing?** Disponível em: <https://ambientesustentavel.org/o-que-e-greenwashing/>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- BACEN. Banco Central do Brasil. **Resolução nº 4.327, de 25 de abril de 2014**. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/res/2014/pdf/res_4327_v1_O.pdf. Acesso em: 30 mar. 2023.
- BESSA, Leonardo. **Direito do Consumidor Esquemático**. 2. ed. São Paulo: Editora JusPodivm, 2020.
- BNDES. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Política de Sustentabilidade. Disponível em: https://www.bndes.gov.br/wps/wcm/connect/site/2b1d6257-cf99-47c7-a98e-88c75b7dfe55/Pol%C3%ADtica+de+Sustentabilidade_BNDES.pdf?MOD=AJPERES. Acesso em: 30 mar. 2023.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.
- BRASIL. **Decreto-Lei no 4657, de 4 de setembro de 1942**. Lei de Introdução às normas do Direito brasileiro. Lei de Introdução às normas do Direito brasileiro. Rio de Janeiro, 1942.
- BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Seção 1, p. 1.
- BRASIL. **Lei nº 12.376, de 30 de dezembro de 2010**. Altera a Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro, para dispor sobre a exigência de estudos prévios de impacto ambiental e de impacto à saúde antes da autorização para a instalação de atividades econômicas potencialmente poluidoras. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 31 dez. 2010. Seção 1, p. 1.
- BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990.
- CAMARGO, Marcelo A. de. **A crise ambiental e a questão da responsabilidade civil**. Revista de Direito Ambiental, São Paulo, v. 39, p. 5-25, jul./set. 2005.
- CAMPBELL, John L.; LOUICHEM, Ahmed; TSE, Terence C. **Disentangling the ESG Performance of Corporate Bonds**. The Journal of Fixed Income, v. 30, n. 4, 2021. Disponível em: <https://www.ijournals.com/doi/abs/10.3905/jfi.2021.30.4.001>. Acesso em: 02 abr. 2023.
- CARDIA, Ana Cláudia Ruy. **ESG Teoria e prática para a verdadeira sustentabilidade nos negócios**. Editora: Expressa. 27 de junho de 2022.
- CARROLL, A. B. **A three-dimensional conceptual model of corporate social performance**. Academy of Management Review, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.
- CARVALHO, Bruno. **Greenwashing: a prática do falso marketing verde**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- CODEIRO, Mariana. **Greenwashing e a responsabilidade social empresarial**. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

COSTA, Cláudio R. **O que é *greenwashing* e como evitá-lo**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018.

CVM. Comissão de Valores Mobiliários. **Instrução CVM nº 480, de 7 de dezembro de 2009**. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br/export/sites/cvm/normativos/instrucoes/anexos/480anexoi.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2023.

DAVIES, Emma. **The Importance of ESG Integration in Private Debt Investing**. Private Debt Investor, 23 fev. 2022. Disponível em: <https://www.privatedebtinvestor.com/the-importance-of-esg-integration-in-private-debt-investing/>. Acesso em: 02 abr. 2023.

DELMA, M. A.; BURBANO V. C. The Drivers of Greenwashing. Forth coming California Management Review. UCLA, 2011. Disponível em: <http://www.environment.ucla.edu/media/files/Delmas-Burbano-CMR-2011-gd-ldh.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2023.

DIFFENDERFER, M.; BAKER, K. C. Greenwashing: what your client should know to avoid costly litigation and consumer backlash. Natural Resource & Environment, [S.l.], v. 25, n. 3, p. 1-5, inverno 2011.

ELKINGTON, J. **Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business**. Capstone Publishing Ltd, 1998.

FINK, Larry. **A Sense of Purpose**. 2020. Disponível em: <https://www.blackrock.com/corporate/investor-relations/larry-fink-ceo-letter>. Acesso em: 02 abr. 2023.

FRANCO, Renata. **Sustentabilidade empresarial: o papel da governança corporativa e dos investidores**. 2019. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/livro_sustentabilidade_corporativa.pdf. Acesso em: 02 abr. 2023.

FROSSARD ALBUQUERQUE, André. **A efetividade do ESG e do *greenwashing* na proteção ao direito fundamental ao meio ambiente**. In: Revista de Direito Ambiental. São Paulo, v. 24, n. 94, p. 197-218, out./dez. 2019.

GOMES, Carlos. **O que é *greenwashing* e como as empresas enganam os consumidores**. Disponível em: <https://www.napratica.org.br/o-que-e-greenwashing/>. Acesso em: 28 mar. 2023.

GOMES, Orlando. **Contratos**. 27. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro**, v. 3: contratos e atos unilaterais. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro**. Volume 1: Parte geral. São Paulo: Saraiva, 2017.

GREENPEACE. **Greenwashing**. Disponível em: <https://www.greenpeace.org/brasil/o-que-fazemos/greenwashing/>. Acesso em: 11 mar. 2023.

HAWKEN, P.; LOVINS, A.; LOVINS, L. H. **Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution**. Hachette UK, 2010.

INSTITUTO ECOA. **ESG: O que é e qual a sua importância**. Disponível em: <https://institutoecoa.org.br/esg-o-que-e-e-qual-a-sua-importancia/>. Acesso em: 30 mar. 2023.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Investimento Socialmente Responsável (ISR) no Brasil**. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1149.pdf. Acesso em: 30 mar. 2023.

LOPES, Márcia; QUEIROZ, Rafaela. **Responsabilidade objetiva das empresas por danos ambientais**. In: Revista de Direito Ambiental, v. 29, n. 115.

MACHADO, Alessandro Q. (Coord.); CLARE, Celso V.; CARVALHO, Flávia G. de; PAZ E SILVA FILHO, Manoel; BLIACHERIS, Marcos W.; FERREIRA, Maria Augusta S. de O.; BARTH, Maria Leticia B. G.; SANTOS, Mateus L. F.; GOMES, Patrícia M.; VILLAC, Teresa. **Guia Nacional de Contratações Sustentáveis**. Advocacia-Geral da União (AGU). Consultoria-Geral da União. 3ª ed. Brasília: AGU, 2020.

MARCONDES, Carlos Henrique. **ESG: aspectos gerais e panorama brasileiro**. Anuário de Sustentabilidade, São Paulo, p. 14-19, 2021.

MCKINSEY & COMPANY. **Sustainability's strategic worth: McKinsey Global Survey results**. 2011. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/sustainabilitys-strategic-worth-mckinsey-global-survey-results>. Acesso em: 10 mar. 2023.

MILARÉ, Édis. **Direito do ambiente: doutrina, prática, jurisprudência, glossário**. 11. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2021.

ONU. **Princípios do Pacto Global da ONU em 2000**. Disponível em: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>. Acesso em: 10 mar. 2023.

PORTAL SUSTENTABILIDADE. **ESG: conheça o conceito e sua importância para as empresas**. Disponível em: <https://www.portalsustentabilidade.com.br/esg/>. Acesso em: 30 mar. 2023.

SANTOS, Alexandre G. **O que é greenwashing e como evitá-lo**. São Paulo: Editora Saraiva, 2016.

SANTOS, Clarissa Borges dos; CASTRO, Natália Agostinho. **Greenwashing e publicidade enganosa**. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XX, n. 167, mar 2017.

SCHREIBER, Anderson. **O que é greenwashing?** Disponível em: <https://www.andersonschreiber.com.br/o-que-e-greenwashing/>. Acesso em: 28 mar. 2023.

SUZUKI, João Alexandre. **Investimento socialmente responsável e ESG**. Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais, São Paulo, v. 90, p. 125-141, 2021.

TARTUCE, Flávio. **Direito civil**. Volume 1: Lei de introdução e parte geral. 14. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2019.

VELLOSO, Ricardo Toledo. **Práticas ESG e o desenvolvimento sustentável**. Revista de Direito Ambiental, São Paulo, v. 25, n. 97, p. 113-126, 2020.

MARQUES, Fernanda Aparecida. **Environmental, Social and Governance (ESG): fundamentos e perspectivas**. Revista de Administração FACES Journal, v. 19, n. 2, p. 1-22, 2020.

FRANCO, Renata. **Sustentabilidade empresarial e práticas ESG: uma revisão da literatura**. Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 15, n. 1, p. 26-41, 2021.

COLINI, Giulia. **Environmental, Social and Governance (ESG) and Corporate Financial Performance: A Literature Review**. Sustainability, v. 13, n. 1, p. 1-22, 2021.

SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. **Direito do Consumidor e Sustentabilidade: o papel do Poder Judiciário na construção de uma sociedade sustentável**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 122, p. 393-411, set./out. 2020.

TERMO DE AUTENTICIDADE DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

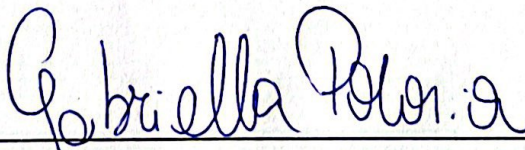
Eu, Gabriella Polonio

discente regularmente matriculado(a) na disciplina TCC II, da 10ª etapa do curso de Direito, matrícula nº (41838033), período (noturno), turma (10S), tendo realizado o TCC com o título:
sob a orientação do(a) Professor(a) Ana Claudia Ruy Cardia

declaro para os devidos fins que tenho pleno conhecimento das regras metodológicas para confecção do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), informando que o realizei sem plágio de obras literárias ou a utilização de qualquer meio irregular.

Declaro ainda que, estou ciente que caso sejam detectadas irregularidades referentes às citações das fontes e/ou desrespeito às normas técnicas próprias relativas aos direitos autorais de obras utilizadas na confecção do trabalho, serão aplicáveis as sanções legais de natureza civil, penal e administrativa, além da reprovação automática, impedindo a conclusão do curso.

São Paulo, 12 de maio de 2023


Assinatura do discente