

ENTREVISTA

Fotos: Érico Hiller

A man with brown hair and glasses, wearing a light blue and white striped shirt, is sitting at a table. He is smiling slightly and looking towards the camera. His hands are clasped on the table. In front of him are several wooden toys, including a xylophone and a toy train. The background is a workshop or store filled with various items, including bottles and boxes.

Gustavo Pimentel

**Diga-me quem
finanças...**

Ainda que o conceito de sustentabilidade não seja familiar para muitas empresas brasileiras, afirmar que os brasileiros só ouviram falar do *triple bottom line* recentemente pode ser um equívoco — ao menos no caso do economista Gustavo Pimentel. Com apenas 20 anos, ele já participava das discussões sobre sustentabilidade no Brasil, em 2000, quando o movimento não tinha ainda a abrangência que ganharia mais tarde e o paradigma era desconhecido para a maior parte das empresas nacionais. À época, fazia parte da AIESEC, organização internacional de protagonismo estudantil, que promove programas de capacitação e oferece vagas de liderança e estágios para universitários. Como presidente da entidade, Pimentel foi para a sede na Holanda gerenciar a parceria com a unidade brasileira. Lá, teve contato com discussões de ponta sobre a questão socioambiental.

Ao voltar, desenvolveu paralelamente um trabalho acadêmico na UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro) sobre sustentabilidade nos fundos de pensão e trabalhou na SR Rating, agência de classificação de riscos. “Isso me permitiu uma formação em diversos campos. Por um lado, eu tinha a visão financeira de risco de crédito, em que a questão socioambiental é importante, e na academia eu analisava os avanços dos fundos de pensão”, conta. Hoje, aos 26 anos, Pimentel encabeça o programa Eco-Finanças da organização da sociedade civil Amigos da Terra no Brasil, que promove o uso sustentável de produtos florestais. O Eco-Finanças, por sua vez, visa minimizar os impactos no meio ambiente pelo viés dos bancos; financiadores, muitas vezes, de projetos danosos à natureza.

O programa também representa a rede Banktrack no Brasil, organização que reúne diversas ONGs do mundo com o objetivo de fiscalizar os impactos das ações do setor financeiro na sociedade. Recentemente, a entidade lançou a nova versão do relatório bienal *Mind the Gap*, resultado de uma pesquisa que classificou as políticas bancárias em sete setores, sete áreas e quatro quesitos de transparência e *accountability*. As instituições financeiras enviaram suas políticas, que foram analisadas e pontuadas em uma escala de zero a quatro. “As notas foram baixas, mas acreditamos que em dois anos haja melhora por conta da quantidade de políticas atuais em processo de aprovação e das que ainda não se tornaram

Para ser sustentável, o banco tem que adotar políticas transparentes e direcionar o financiamento para os setores limpos e energia renovável. Não adianta fazer biocombustível derrubando florestas e utilizando trabalho escravo.

públicas. Agora existe o estímulo para publicar”, avalia. Em entrevista exclusiva a *Carmen Guerreiro* e *Ricardo Voltolini*, Pimentel falou sobre a evolução da sustentabilidade nos bancos e sobre os principais resultados do relatório *Mind the gap*.

Idéia Socioambiental – *O que um banco precisa fazer para ser considerado sustentável?*

Gustavo Pimentel – Precisa avaliar para onde vai o dinheiro e aplicar as políticas que recomendamos na pesquisa. Além disso, tem que ser muito transparente, com mecanismos de *accountability*, para que seus clientes e sociedade entendam para onde vão os recursos. Dentro de setores específicos, ele deve direcionar o financiamento para os setores limpos, energia renovável e execução das ações da forma certa. Por exemplo: não adianta fazer biocombustível derrubando florestas e utilizando trabalho escravo. Dependendo da área de atuação, a instituição deve usar as melhores práticas de certificação e, quiçá, sair de outros setores que não têm como dizer que são sustentáveis, como o militar e o da indústria bélica. Não tem jeito. Só é possível atingir a pontuação máxima se o banco cortar essas relações e, de forma clara, publicar esse compromisso. Outro ponto importante é a existência de um mecanismo por meio do qual o banco possa ouvir a sociedade e as comunidades afetadas em relação aos projetos. A principal questão aí é parar de se esconder atrás do sigilo bancário e dar as informações que a sociedade precisa. Induzir os clientes a publicar essas informações. É claro que há limites, mas é possível condicionar o financiamento à divulgação de um plano de impacto ambiental, por exemplo. Isso não interfere em nenhuma questão estratégica de projeto.

IS – *Você conheceu o movimento inicial da sustentabilidade no setor financeiro brasileiro em dois momentos. Antes e depois de morar na Europa. Quais diferenças pôde notar entre um e outro?*

GP – O principal avanço foi o tema ganhar as páginas de jornais, revistas e espaço na televisão, e virar assunto de marketing e comunicação. Na época em que eu saí, o ABN já fazia bastante coisa, o Banco do Brasil também, e os outros começavam a olhar para o assunto. Quando eu voltei, já existia um movimento estruturado. O CEBDS (Conselho Empresarial Bra-

sileiro para o Desenvolvimento Sustentável) e alguns outros fóruns contribuem para colocar esse assunto na pauta.

IS – *Você acompanhou de perto o movimento dos bancos em sustentabilidade. Como foi esse processo?*

GP – O setor financeiro só começou a ser questionado sobre o tipo de desenvolvimento que gerava na segunda metade da década de 1980 e, ainda assim, somente os organismos internacionais, como o IFC (International Finance Corporation) ou o Banco Mundial. Muitas vezes o financiamento de um oleoduto era feito sem nenhum critério ambiental, sem questionar os impactos. Em paralelo, algumas ONGs que se engajavam com organizações multilaterais começaram a ver que o percentual que estas tinham de financiamento era muito pouco comparado aos bancos privados. Em 1997, um projeto nos EUA deu esse salto no foco. Alguns bancos privados foram selecionados como cobaias desse ativismo, entre eles o Citibank, alvo de campanhas notórias encabeçadas pela RAN (Rainforest Action Network), com a Susan Sarandon e a Daryl Hannah convocando o público a cortar seus cartões do banco. Essa e outras campanhas foram muito bem sucedidas e deram uma chacoalhada no setor. Nenhum banco privado pensou poder ser questionado em relação aos seus investimentos. Com as campanhas, a imagem dos bancos ficou arranhada e no setor financeiro a reputação é muito importante.

IS – *No que isso resultou?*

GP – Em 2002, começou a se desenhar o que veio a ser, em 2003, os “Princípios do Equador”. Foi uma resposta a esses danos de reputação. Ao verem os bancos se reunirem, as ONGs organizaram um encontro em Colavecchio, cidade próxima a Roma, e prepararam uma declaração, depois conhecida como “Declaração de Colavecchio”, que representava as expectativas da sociedade civil em relação ao setor financeiro. Algumas ONGs entenderam que era importante congregar várias entidades no movimento, pois o setor financeiro é cada vez mais global. Era necessário formar uma rede que pudesse angariar recursos expressivos e garantir a troca com os bancos. Foi criada, então, a rede Banktrack, no final de 2004, estabelecida em Utrecht, na Holanda.

Estamos vendo
uma explosão
do tema
sustentabilidade
na mídia como
posicionamento
de marketing.
Isso é muito
preocupante,
porque
existe certo
reducionismo
do desafio
que a questão
representa.

IS – *Como funciona o Banktrack?*

GP – O Banktrack foi criado como rede, ou seja, formado por um secretariado e com diversas ONGs membros que participam das atividades. Ele lança posicionamentos em diversos temas a partir da visão da sociedade civil sobre o setor financeiro e, por outro lado, tenta medir o quanto cada banco tem avançado nessas questões.

IS – *Todos os membros do Banktrack têm o mesmo papel?*

GP – Dentro do núcleo do Banktrack as ONGs têm atuações diferentes. Temos grupos muito fortes com ações específicas, como a RAN nos Estados Unidos ou a Amigos da Terra Holanda, e temos grupos que lidam mais com engajamento, olham para as políticas, ou seja, é mais *advocacy*, e não campanhas para bater de frente. Notamos que os grupos que já começaram na linha de confronto têm menos interação com os bancos do que nós, que sentamos à mesa e discutimos políticas — o que não significa que não façamos pressão maior às vezes. Sou muito bem recebido pelos representantes dos bancos, que estão sempre abertos à conversa.

IS – *Qual é a situação do Eco-Finanças hoje?*

GP – Agora começamos a desenvolver *policy papers* junto ao Banktrack e caminhamos para manter o setor financeiro *accountable* aos compromissos que ele assumiu. Estamos na fase de ver a explosão do tema sustentabilidade na mídia como posicionamento de marketing. Isso é muito preocupante, porque existe certo reducionismo do desafio que é a sustentabilidade para o setor financeiro, uma séria disputa de quem se apropria do assunto como estratégia de marketing e comunicação. Só que isso ainda é feito sobre uma base muito fraca na maioria dos bancos.

IS – *Fale um pouco sobre como funcionou a pesquisa Mind the Gap.*

GP – O primeiro ponto importante da pesquisa é que parte da premissa de que a responsabilidade socioambiental no setor financeiro deve estar ligada ao seu portfólio e não à sua ação interna. O argumento dos bancos é que possuem muitos compromissos o que seria um diferencial competitivo, mas, na prática, não formalizam isso nas estruturas de gestão. O setor acordou para



essa questão e começou a se engajar com atividades e iniciativas setoriais, como os *Princípios do Equador*. São políticas coletivas super simpáticas, todas voluntárias, mas ainda sim é uma aspiração. Não podemos negar que são importantes, porque geram um movimento inicial, incentivam discussões e o compartilhamento de experiências, mas usam a participação dessas atividades “aspiracionais” como prova cabal de que estão fazendo muita coisa. Só que não é bem assim.

IS – *O que significa cada ponto atribuído aos bancos?*

GP – Zero significa não ter política ou que a política não é pública. Um, a política é vaga ou aspiracional. Dois, existem alguns elementos das melhores práticas, mas não é muito consistente. Três, há vários elementos das melhores práticas e de certa forma são consistentes, só falta um ajuste aqui e outro ali. E quatro, está em completa conformidade com as práticas internacionais.

IS – *E a parte operacional e metodológica da pesquisa, como foi estruturada?*

GP – Primeiro, definimos os sete setores e temas e, depois, os quatro aspectos de transparência e *accountability*. O Banktrack estabelece, de certa forma, o posicionamento político do que seria a sustentabilidade em cada um dos setores e temas definidos, e isso demandou o consenso de todas as organizações membros. Em paralelo, os bancos foram solicitados em relação às suas políticas. O que já foi aprovado ou não, o que é público, entre outras coisas. Depois que fechamos a pontuação em todos os setores, dois consultores da Profundo, sediada na Holanda, pontuaram cada banco. Os resultados foram enviados para todas as ins-

O setor financeiro admite que investir em responsabilidade socioambiental é um diferencial competitivo, mas, na prática, os bancos não formalizam isso nas suas estruturas de gestão.

tuições analisadas com a explicação detalhada das notas. Em seguida, os bancos tiveram a oportunidade de responder. Dos 45 que participaram da pesquisa, cerca de 35 retornaram. Poucos conseguiram mudar sua pontuação.

IS – *Neste cenário, que resultados a pesquisa trouxe?*

GP – O interessante do relatório é que pontua todas as políticas coletivas para avaliar o que leva, na prática, à sustentabilidade, e mostra que os bancos estão pontuando muito baixo em relação ao que são consideradas as melhores práticas internacionais. Ao levar em conta que já existem referências no mercado, podemos concluir que adotar as práticas não é um bicho-de-sete-cabeças. Na área de barragens e hidrelétricas, por exemplo, é possível submeter-se aos princípios da Comissão Mundial de Barragens das Nações Unidas. Em silvicultura, pode-se usar o selo do Forest Stewardship Council (FSC) em todos os financiamentos concedidos. Outro ponto relevante é que, às vezes, os bancos até pontuam bem, mas não divulgam a política e, por isso, ficam com zero.

IS – *Como deve ser feita a divulgação? No que implica esse compromisso público?*

GP – Se não há divulgação, significa que o banco não estabeleceu o compromisso, pois não tem como a sociedade ter escrutínio. Às vezes eles não comunicam por conta de questões estratégicas. Para tornar pública, é necessário colocar no site, no relatório de sustentabilidade ou em algum veículo de comunicação externa. No caso do setor militar ou comércio de armas, por exemplo, os bancos diziam não financiar, mas isso não estava escrito, então não há

compromisso público. Se houvesse uma mensagem dizendo que eles não financiam esse tipo de projeto, teriam quatro pontos. Como não tem, ficam com zero. Isso aconteceu em setores em que existe “o bom” e “o mal”, por exemplo, em mudanças climáticas. O banco pode relatar que tem várias linhas de financiamento para energias renováveis, mas tem muito mais dinheiro indo para outras fontes não-renováveis. A política de financiar o limpo não impede a instituição de financiar o sujo.



Há interesse dos bancos em discutir a questão. O desafio é fazer com que percebam — e sigam — os melhores exemplos. Preferimos o engajamento e uma agenda positiva.

IS – *E qual é a justificativa dos bancos?*

GP – Existe uma desculpa recorrente, o discurso está muito afinado entre eles. A justificativa é que se não fizerem isso, os bancos chineses o farão. Estes, por sua vez, têm pontuação zero em quase tudo. Só que quase todo banco chinês tem alguma parte de acionistas americanos e europeus. Como eles, acionistas, não fazem pressão? Ao não financiar um projeto sujo, de forma geral, diminui-se o volume de capital para esse tipo de iniciativa, e assim o custo de capital pode aumentar.

IS – *Qual foi a reação dos bancos frente aos resultados da pesquisa?*

GP – Os bancos já estão atentos. Porém, vemos hoje a luta para comunicar ações sem ter feito o dever de casa adequadamente — ou comunicar além do que se fez. Isso está criando para os bancos um passivo de reputação. E o relatório é uma forma de materializar esse passivo. O que se espera é que, a partir da pesquisa, eles tentem corrigir essa atitude.

IS – *A visibilidade dos resultados foi diferente em cada país?*

GP – Em outros países a visibilidade é um pouco maior, porque esses temas estão na agenda há mais tempo e as ações são mais impactantes na mídia. Aqui, a discussão ainda está muito intelectualizada, limitada aos formadores de opinião; então o impacto é menor. Por outro lado, ainda é um começo. Começamos a dar um empurrão e os bancos estão preocupados com os passivos de reputação que criaram.

IS – *Também existe essa distância entre discurso e ação nos bancos brasileiros?*

GP – Existe, é claro, uma diferença em como cada banco brasileiro está comunicando isso. Vemos algumas afirmações absolutas e vazias que confundem o público. Mas há outras que reconhecem a sustentabilidade como um processo e convocam: “Estamos fazendo, venha com a gente, nos ajude”. Isso é mais responsável e honesto.

IS – *Quais itens figuraram como pior e melhor desempenho dos bancos?*

GP – A parte de taxaço foi o pior desempenho, que representa a forma como os bancos trabalham com os clientes a questão dos paraísos fis-

cais, por exemplo. Esperamos que isso aponte um caminho, porque a maioria das notas foi zero. Em geral, as pontuações mais altas foram as que os *Princípios do Equador* davam pontos. Além disso, são temas um pouco mais antigos e discutidos.

IS – *Como se saíram os bancos brasileiros?*

GP – Os bancos brasileiros ficaram no meio do caminho. Os piores foram os asiáticos, que pontuaram praticamente tudo zero; alguns um, dois pontos; e poucos ganhavam pontos apenas por conta de políticas coletivas, como os *Princípios do Equador*. O Bradesco e o Itaú ficaram iguais porque só tinham políticas coletivas, por exemplo. O Banco do Brasil ficou um pouco à frente dos outros dois porque, ainda que as políticas fossem vagas e aspiracionais, destacavam um pouco mais de direitos humanos e foram um pouco além.

IS – *Como avaliar sob os mesmos critérios bancos inseridos em realidades tão distintas?*

GP – Não quisemos fazer uma soma dos resultados dos diversos setores, porque ficaria distorcido. De forma geral, os grupos internacionais têm políticas para todo o grupo. O ABN foi considerado como grupo, o Santander também. Vemos alguns bancos se sobressaindo em algumas áreas, como os belgas em relação aos direitos humanos, mas é porque há um histórico de luta no país nessa questão. Como principal mote de *advocacy* na Bélgica está na questão de direitos humanos e na indústria bélica, então há muito tempo existe pressão sobre o setor financeiro e os bancos já subiram nesses conceitos. É interessante perceber que, em cada país, podemos usar o relatório de uma maneira, pois em cada um a relevância é diferente.

IS – *No Brasil, as notas ambientais foram fraquíssimas...*

GP – No Brasil, trabalharemos muito com questões sobre agricultura, biodiversidade, florestas e direitos do trabalho, que são temas bastante presentes.

IS – *Por que não aplicar o mesmo arcabouço metodológico a todos os bancos no Brasil?*

GP – Queremos fazer isso aqui e já sinalizamos para alguns bancos. Imaginamos que alguns deles vão ter pontos, de início, muito baixos, mas pelo menos é interessante para os maiores, que já fazem alguma coisa. Na versão brasileira, podemos pensar em mais setores e temas, além dos existentes. Ficou de fora, por exemplo, a siderurgia e a metalurgia, que têm fortíssimo impacto e papel importante no Brasil.

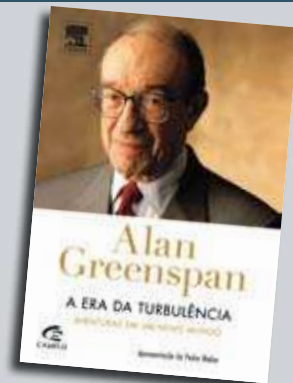
IS – *Esse tipo de pesquisa pode gerar competitividade?*

GP – Sim, inclusive nossa intenção é deixar o conteúdo do relatório online e não esperar dois anos para fazer um novo, até para estimular a competição e a rapidez de mudanças. Quando um banco transforma uma de suas políticas, já alteramos no site imediatamente. É uma competição saudável, uma agenda positiva. Nossa intenção é trabalhar de forma setorial, convocar todos eles à discussão.

IS – *Qual é o próximo desafio para melhorar o desempenho dos bancos?*

GP – Os bancos estão interessados em discutir. O desafio maior é fazer com que percebam — e sigam — os melhores exemplos. Pretendemos estimular essa evolução tanto de forma positiva quanto ao mostrar — caso estejam com um discurso em que se vangloriam, mas, na prática, o relatório revele que estão mal —, a inconsistência da teoria e da ação. Daremos preferência ao engajamento e a uma agenda positiva, mas estamos dispostos a cutucar de forma séria se essa questão da comunicação continuar da maneira que está. ■

NA CABECEIRA



HUMANIZANDO A LENDA

Sobre Alan Greenspan parece existir um consenso de que é uma grande lenda viva. Agora, muito de sua vida notável pode ser conhecido no livro *Alan Greenspan: A Era da Turbulência*, em que faz uma análise detalhada e instigante sobre a natureza desse novo mundo, sob as lentes de sua experiência de trabalho na sala de comando da economia global, que ocupou durante 18 anos — de 1987 a 2006 — como *chairman* do Federal Reserve Board. Greenspan começa sua narrativa naquela semana que o mundo jamais esquecerá, do 11 de setembro de 2001, mas retrocede à própria infância e segue a trajetória até os dias de hoje, com passagens deliciosas como sua experiência de saxofonista e clarinetista na orquestra de dança de Henry Jerome. Seu objetivo, primeiro, é simplesmente narrar a extraordinária quantidade de eventos históricos de que participou e para os quais contribuiu. Mas acaba por conduzir o leitor ao longo da mesma curva de aprendizado que percorreu. Com uma linguagem simples e afável, Greenspan desdobra a sua trajetória junto aos fatos mais significativos do século 20, relatando sua percepção de observador privilegiado sobre os grandes acontecimentos mundiais, como a grande depressão norte-americana, a 2ª Guerra Mundial, a Guerra do Vietnã e a Guerra Fria, e suas conseqüências na vida das pessoas e na economia global.

Apesar da fama de fisicamente desajeitado, Greenspan, com 82 anos, revela ser um ótimo golfista e ex-jogador amador de futebol americano e beisebol. Nessa sua autobiografia, os fatos explicam a lenda.

Alan Greenspan: A Era da Turbulência

Alan Greenspan

Campus Editora

616 páginas R\$ 74,00

www.campus.com.br