



Na Mídia

30/08/2021 | [O Estado de S. Paulo](#)

ESG e Direito do Consumidor

Maria Helena Bragaglia



É curioso notar como — de tempos em tempos — surge um novo tema, quase sempre acompanhado de uma sigla bem bacana, que “aquece”, por assim dizer, o mercado.

Profissionais intrigados, curiosos e porque não antenados, começam a corrida pela informação, com o objetivo de se atualizarem a respeito da novidade e, com isso, poderem melhor divulgar o assunto aos seus clientes.

Os meus anos de janela atuando como advogada no mundo corporativo me ajudam a olhar esses novos temas e as novas siglas com um certo ceticismo.

E apenas para que fique claro — pois acho que muita gente pode se confundir —, o ceticismo do qual estou falando aqui não é o etimológico (falta de crença; descrença, incredulidade, dúvida), mas sim, o filosófico, qual seja, atividade intelectual de dúvida permanente.

Sim, acredito que como seres humanos e bons profissionais, devemos sempre praticar o ceticismo, no sentido de nos obrigar a pensar sobre todo e qualquer novo assunto. A devida contextualização e avaliação críticas são fundamentais para que o conhecimento seja devidamente aplicado e disseminado.

Feitas essas considerações iniciais, e já adentrando no cerne do debate, a reflexão que quero trazer a vocês é sobre “ESG” — sigla que é usada para se referir às melhores práticas Ambientais, Sociais e de Governança de um negócio, ou seja, o quanto uma empresa contempla na sua operação práticas corporativas que se relacionam com sustentabilidade corporativa, responsabilidade social, ética e transparência nos negócios — e a sua aplicação prática quando se pensa em Direito do Consumidor.

Analisando com profundidade e ceticismo o tema, desconfio que o Código de Defesa do Consumidor (CDC), conjunto de normas que estabelece os direitos dos consumidores e os deveres dos fornecedores de produtos e serviços, é uma lei a frente do seu tempo, na medida em que está estruturada de modo a permitir que as empresas estejam alinhadas com o princípio ESG.

Logo nas primeiras disposições, em especial no artigo 4º, o CDC deixa claro que a política das relações de consumo deve sempre atender às necessidades dos consumidores, em especial o direito à sua dignidade, saúde, segurança, proteção dos seus interesses econômicos, melhoria de sua qualidade de vida, bem como harmonia das relações de consumo.

Na sequência, o mesmo artigo estabelece quais são os princípios que devem nortear essas relações, a saber: boa-fé, vulnerabilidade, informação e educação, confiança, combate ao abuso, dentre outros.

A par desse artigo, que claramente se classifica como uma norma narrativa, ou seja, uma referência que serve para iluminar todo o sistema consumerista, o CDC também traz de forma detalhada e pontual diversas outras obrigações que, na prática, nada mais são do que aplicações práticas de deveres éticos e sociais.

Ora, se isso não é responsabilidade social, ética e sustentabilidade, então o que seria?

Aliás, a recente alteração do CDC, trazida pela Lei 14.181/2021, conhecida como a Lei do Superendividamento é, por assim dizer, a cereja do bolo quando se pensa em ESG.

Sim, porque por meio da referida normativa, o fornecedor é chamado a adotar, de forma ativa, ações que minimizem os danos ao consumidor que necessita de crédito e, sendo assim, encontra-se em situação de vulnerabilidade.

Com efeito, quando os meus clientes, impactados pela nova sigla, me questionam como conciliar ESG com o Direito do Consumidor, dou a eles uma boa notícia: já existe um produto maravilhoso no mercado e que serve de referência para os trabalhos: o CDC.

Em outras palavras não há a necessidade de invenção da roda.

Obviamente, se o empresário já cumpre de maneira fiel e integral com as normas consumeristas, pode e deve aprimorar as suas práticas com ousadia e criatividade, já que, em se tratando de responsabilidade social, ética e transparência nos negócios: “o céu é o limite”.

***Maria Helena Bragaglia é sócia das áreas Contencioso Cível, Consumidor e Arbitragem do Demarest Advogados**

