

LLYC



# DISSONÂNCIAS DO ESG COM A SOCIEDADE CIVIL

São Paulo, Julho de 2022



**Analizamos a  
conversação  
digital sobre ESG  
para entender  
como ela tem  
avanzado,  
influenciado e  
está conectada  
às demandas da  
sociedade civil.**

## INTRODUÇÃO

Na crise humanitária da Covid-19, vimos a ascensão acelerada do acrônimo ESG (Environmental, Social and Governance/ Ambiental, Social e Governança) se incorporar à gestão e narrativa das empresas, pautando uma nova conversação na sociedade.

A pandemia nos elencou a um tempo de incertezas, reforçando desigualdades e, sob a mesma ameaça, países em desenvolvimento ou desenvolvidos tiveram suas fragilidades sociais expostas. O *lockdown* na pandemia também revolucionou a interação em rede na sociedade global, conectando ativistas de todos os continentes do planeta, em causas, propósitos comuns e transversais, que permeiam e questionam o modelo econômico do capitalismo predominante do século XX.

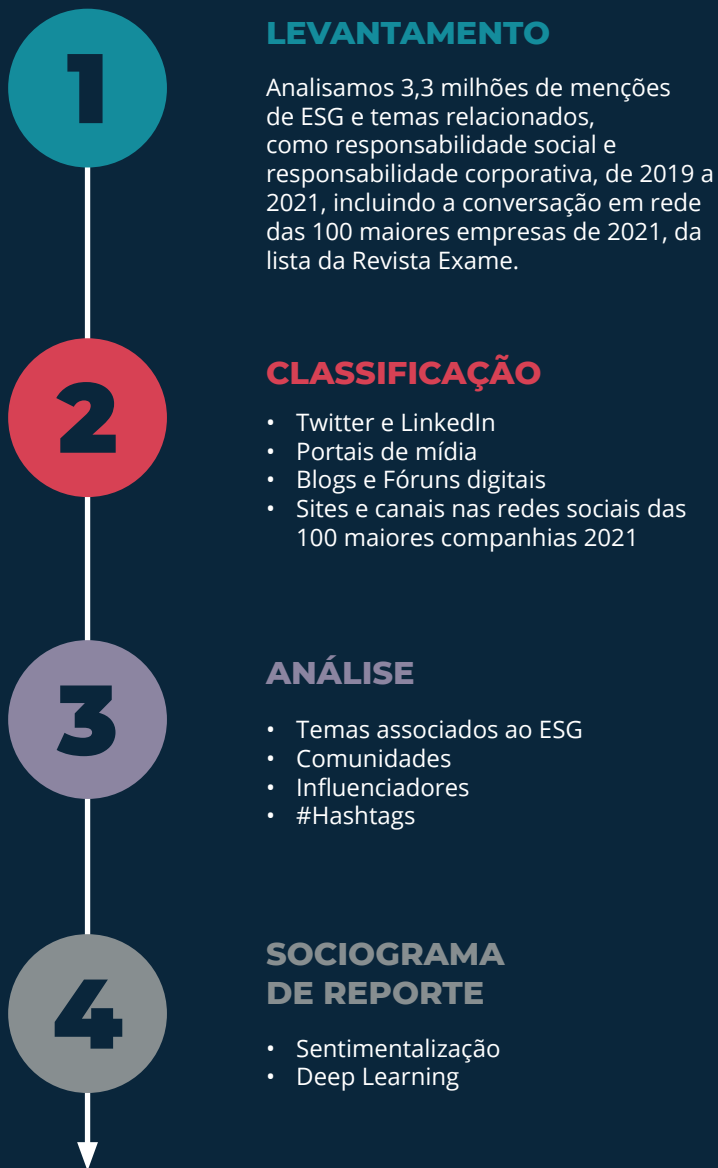
Neste cenário de incertezas, empresas e governos passaram a ser pressionados pela sociedade civil sobre sua real conectividade com o tecido social na solução dos problemas, num mundo em grave crise de confiança institucional. Como uma espécie de resposta do mercado às novas demandas e pressões, o ESG, que foi proposto pela primeira vez em 2004, no relatório *Who Wins Care*, ascendeu, em 2020, como modelo de ativismo corporativo e ocupação das empresas nos espaços de fala social, ambiental e de ética - e teve como principal fundamento a mudança da gestão empresarial, antes focada nos *shareholders*, para a priorização do relacionamento com os *stakeholders*.

Esta transição, no entanto, exige a re percepção da gestão, da cultura e das práticas das empresas, como parte integrante do processo de recuperação da confiança com a sociedade civil. Como todas as transformações requerem tempo, acompanhamos também o surgimento de neologismos, como *ESGWashing*, *SocialWashing* e *GreenWashing*, que colocam em xeque a transparência das companhias neste processo.

Mas será que o ESG realmente já tem a capacidade transformadora para nos alçar ao capitalismo mais consciente? Será que as empresas vão ocupar um papel de ativismo social e ambiental, de forma transparente, engajada e conectada com as novas demandas da sociedade civil? Ou entre narrativa e prática, há um longo caminho para priorizar os impactos sociais e ambientais de seus processos produtivos (com transformação em toda a cadeia de valor), o que exige uma governança cada vez mais transparente e ética.

Neste estudo, analisamos a conversação digital sobre ESG no período de 2019 a 2021. Em um breve comparativo entre os EUA e Brasil, analisamos 3,3 milhões de menções, com o início da ascensão do tema nos dois países, além dos picos de engajamento relacionados a fatos de grande impacto social. Abordamos também os perfis que estão influenciando na conversação no ambiente digital para, assim, entender onde ela está acontecendo, quais temáticas ambientais, sociais e de governança são as mais abordadas e quais os riscos de suas múltiplas ressignificações na jornada. Por fim, concluímos com análise Big Data e uso de IA, buscamos responder se o sentimento sobre ESG está em sinergia ou está desconectado das demandas da sociedade civil, apontando já para a necessidade de reorientação de sua narrativa e gestão.

## METODOLOGIA



No último ano, realizamos mais de 12 estudos Data Analytic System para empresas como Petrobras, Storytel, Neo4J, Manserv, Glencore; além de desenvolver estudos exclusivos para os principais meios e câmaras empresariais, como Diario Financiero, El Economista, Estadão, DiarioAR, entre outros.

## ANÁLISE GERAL DA CONVERSAÇÃO

### BRASIL

**536.3 K**  
MENÇÕES

### EUA

**2.8 M**  
MENÇÕES

### TOTAL

**3.3 M**  
MENÇÕES

### ESG ASCENDE NA CRISE HUMANITÁRIA

Embora o acrônimo ESG tenha começado a surgir nas redes em 2019, a conversação digital sobre ESG tem seu *boom* na pandemia, em 2020, impulsionada pelos impactos sociais da crise humanitária: nesse período, houve um total de 2,3 milhões de menções nos EUA e 536,3 mil no Brasil. A partir do Fórum de Davos, de 2020, a conversação evoluiu gradativamente de forma diferente entre os países. Em comparação ao Brasil, os Estados Unidos obteve um volume de menções 546,54% maior em 2019, 327,35% maior em 2020 e 453,09% em 2021.

### CONVERSAÇÃO CONCENTRADA NA “BOLHA DIGITAL” EMPRESARIAL, SEM CONEXÃO COM A SOCIEDADE CIVIL

Enquanto nos EUA, a conversação já ocorre com engajamento de parte da sociedade civil,

movida por diferentes segmentos (como os de esportes, artes e política). No Brasil, ela ainda está concentrada em comunidades digitais de escolas de negócio, conduzidas pelos players do mercado financeiro e lideranças empresariais, mas ainda bastante desconectada da sociedade. Conteúdos em rede das companhias e de seus CEOs se concentram no LinkedIn, o que impacta no entendimento do seu significado e no engajamento da sociedade civil, mantendo-se numa esfera de conversação entre empresas.

### A SOCIEDADE CIVIL BRASILEIRA DESCONHECE O QUE É ESG

Quando olhamos os picos da conversação sobre ESG, desde a interpretação/entendimento da sigla (um acrônimo em inglês), assim como as diversas temáticas ligadas aos pilares Ambiental, Social e Governança associadas a termos em inglês (como *Renewable Energy* e *Best Practices*) não há um reconhecimento ou entendimento pela maior parte da sociedade brasileira. Ainda, ao compará-los a termos utilizados por influenciadores de movimentos representativos da sociedade civil

(como justiça climática, emergência climática, racismo estrutural), detectamos que há uma profunda desconexão no diálogo das empresas com essas comunidades, quando abordam os mesmos temas, mas com uso de terminologias e semânticas diferentes.

## **FATOS GLOBAIS DE IMPACTO E COMOÇÃO SOCIAL IMPULSIONAM POSTS ESG**

O *Shutdown* (paralisação do governo americano ocorrida entre dezembro de 2018 e janeiro de 2019, em decorrência do orçamento do ano fiscal não aprovado), a morte de George Floyd (em maio de 2020), e a reunião de Greta Thunberg com Angela Merkel, com a entrega do manifesto de mais de 150 mil assinaturas pedindo o fim dos combustíveis fósseis, são fatos de grande repercussão e impacto que atuam no aumento de volume de menções ESG das companhias, como uma espécie de resposta à sociedade civil, mas ainda restritos na conversação empresarial.

## **NEOLOGISMOS E MEMES REFLETEM DESCONFIANÇA SOBRE ESG**

Parte dos conteúdos virais nas redes de maior alcance da sociedade civil que mencionam ESG tem conotação jocosa ou usam de neologismos (como *ESGwashing* e *SocialWashing*), ao se referir às práticas em ESG das companhias. O tom das menções e posts de maior engajamento, a partir de alguns influenciadores não ligados ao tema, sinaliza a uma desconfiança sobre a transparência das companhias em ESG, num momento crucial de recuperação da credibilidade institucional.

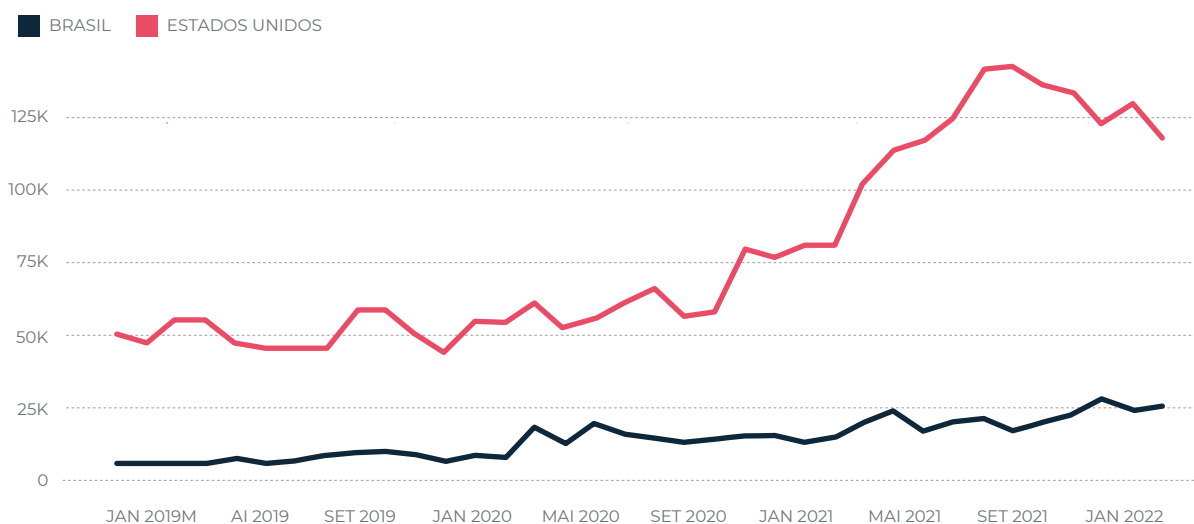
## EVOLUÇÃO DA CONVERSAÇÃO NOS EUA E BRASIL (2019/2021)

Quando realizamos o comparativo do cenário geral de menções no Brasil vs os Estados Unidos nos últimos 3 anos, podemos visualizar que os Estados

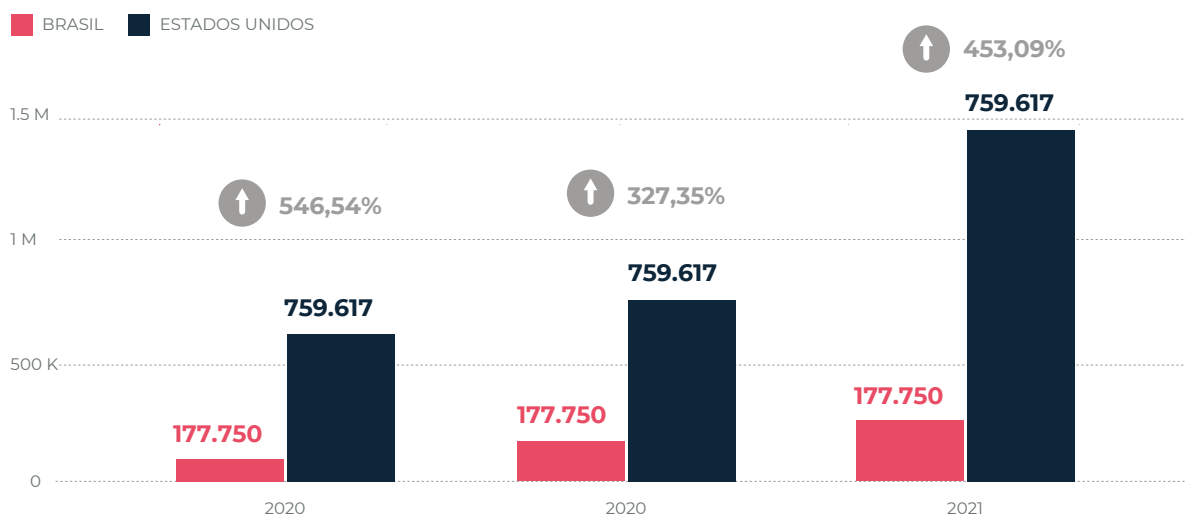
Unidos possuem um número de menções 427,9% maior que o Brasil.

Ao discriminar o volume de menções por ano, temos que em comparação ao Brasil os Estados Unidos obtiveram um volume de menções 546,54% maior em 2019, 327,35% maior em 2020 e 453,09% em 2021.

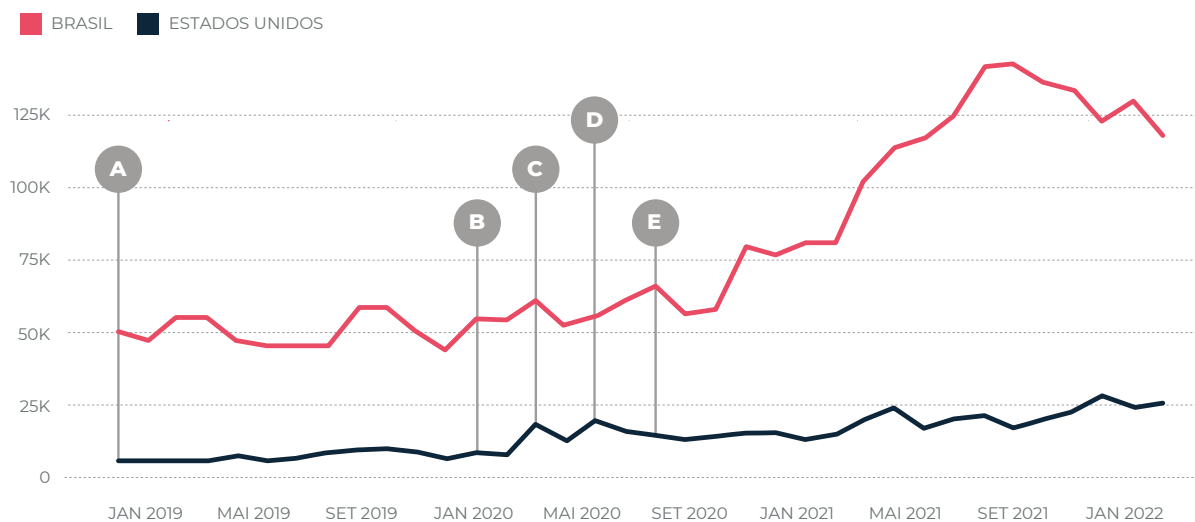
### EVOLUÇÃO DA CONVERSA



7



## FATOS SOCIAIS QUE IMPULSIONAM A CONVERSAÇÃO EM ESG



**A**  
Shutdown, maior paralisação dos EUA desde o governo Clinton

**B**  
Fórum Econômico 2020

**C**  
Início do Lockdown

**D**  
Assassinato George Floyd

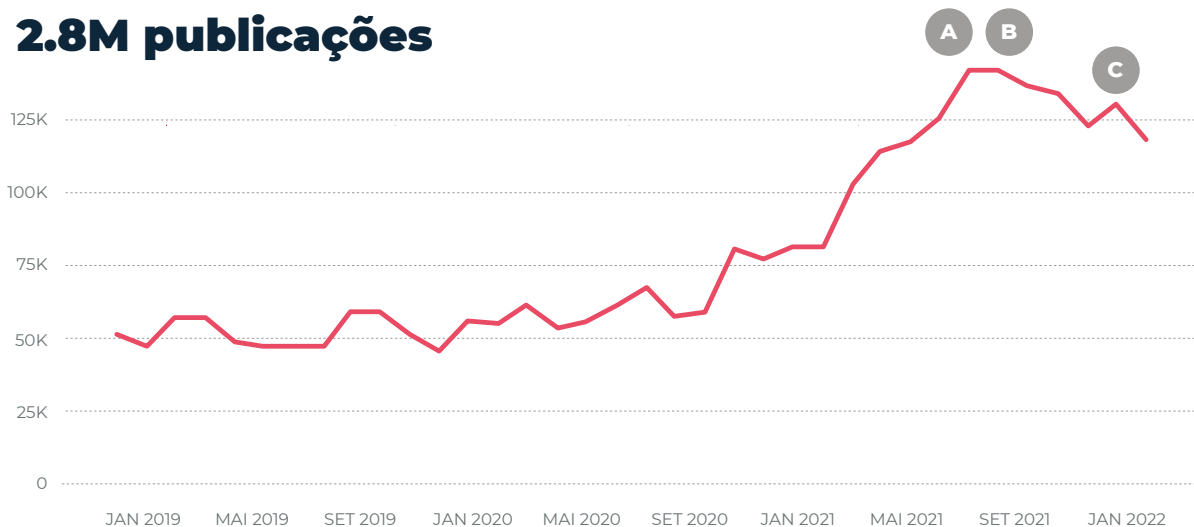
**E**  
Greta Thunberg se reúne com Angela Merkel



## PICOS DE CONVERSAÇÃO NOS EUA E BRASIL (2019/2021)

### PICOS DE CONVERSAÇÃO - EUA


**2.8M publicações**



Picos ligados à ESG no período:  
[@nancylevine](#) (21.8K seguidores) / [@JonathanTurley](#) (250.2K seguidores)

9


**A**



**Nancy Levine**  
@nancylevine

Spokesperson from [@Toyota](#) emailed me, saying the company does not have a revised version of their statement in response to backlash and calls for boycott. [STM #ESG](#)


**B**



**Jonathan Turley**  
@JonathanTurley

From the massive censorship programs to privately mandated vaccine "passports," liberals are looking to companies from Apple to American Airlines to carry out social programs free from constitutional and political limits imposed on the government...

**C**



**Nancy Levine**  
@nancylevine

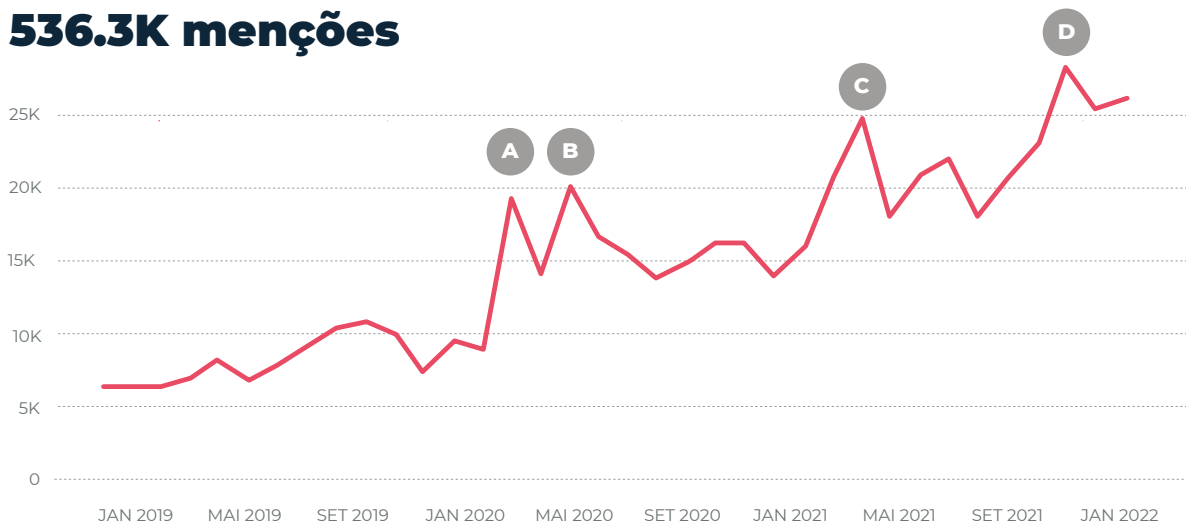
Minutes After Being Censured, Gosar Retweets Offending Ocasio-Cortez Video

Dangerous and repeated violation of Twitter rules.

[@TwitterSafety](#) must [#BanGosar](#)

## PICOS DE CONVERSAÇÃO - BRASIL

### 536.3K menções



Picos ligados à ESG no período:  
[@Botafogo \(1.4M seguidores\)](#) / [@jpgadelhoaf \(140.3K seguidores\)](#) / [@wwwmlna \(393K seguidores\)](#) / [@EduardoLeite\\_ \(208.9K seguidores\)](#)

**A**

**Botafogo F.R.** @Botafogo

O Botafogo de Futebol e Regatas coloca a infraestrutura do Estádio Nilton Santos à disposição das autoridades de saúde para ajudar no que for necessário no período da pandemia COVID-19. O Clube, ciente de sua responsabilidade social, se solidariza nesse momento difícil.

**B**

**JP Gadêlha** @jpgadelhoaf

Bom dia apenas para as princesas democráticas e os camaradas revolucionários, que têm consciência política, responsabilidade social, sabem que cloroquina não tem respaldo científico, são a favor de adiar o ENEM e gostam de açai.

9:47 AM - 16 de mai de 2020

**C**

**mlena** @wwwmlna

o autor da manchete:

**exame** @exame - 21 de mar de 2021

Cachorros poluem mais do que carros utilitários, diz estudo [exame.com/invest/esg/cac...](#)

8:05 PM - 21 de mar de 2021 - Twitter for iPhone

**D**

**Eduardo Leite** @EduardoLeite\_

O que populistas não entendem é que pensar o teto de gastos é pensar na população. O populismo não apenas fura o teto, ele fura o futuro, subindo inflação e juros, o que atinge renda e emprego dos pobres. O país precisa de responsabilidade fiscal para ter responsabilidade social.

3:10 PM - 20 de out de 2021



**LLYC**

Dissonâncias do ESG com a sociedade civil

**QUEM SÃO OS  
INFLUENCIADORES  
EM ESG**

## 1 MÍDIAS SÃO AS QUE MAIS INFLUENCIAM E CONECTAM O ESG À SOCIEDADE CIVIL

Os portais e cadernos (como **Retomada ESG**, do Estadão; **Práticas ESG Valor**; **Revista Plurale**; **Exame**; **Revista RI** e o **canal Reset**), alguns com grande número de seguidores no Twitter e LinkedIn, são os que mais influenciam na democratização e impulsionamento do ESG no Brasil, com conteúdos sobre as principais temáticas relacionadas às causas e propósitos da sociedade civil. Na análise da conversação, a mídia tem atuado na universalização do termo na sociedade brasileira, funcionando como um conector, democratizando as expressões utilizadas pela narrativa empresarial, associando às utilizadas pela sociedade civil.

## 2 INFLUENCIADORES EM ESG NO LINKEDIN NÃO TÊM A MESMA RELEVÂNCIA NO TWITTER

Grandes influenciadores em ESG no LinkedIn, como **Fabio Alperowitch** - (ordem LinkedIn/Twitter) - (30.178/10.390), **Sonia Favaretto** (13.193/511), **Denise Hills** (22.766/88), **Antonio Emilio Freire** (17.700/NT), **Viviane Mansi** (55.900/1.274) e **Naiara Bertão** (23.733/778), não têm a mesma relevância em redes de maior conexão com a sociedade civil, como o Twitter, mantendo sua influência na rede profissional LinkedIn, mas sem democratizar e conectar o ESG à sociedade civil. A conversação em ESG é liderada por jornalistas especializados em Sustentabilidade e demais analistas e engenheiros da área. Alguns, inclusive, considerados Top Voices na plataforma. Contudo, o número relevante de seguidores não se reflete em outras redes: somados, 15 grandes influenciadores possuem mais de 130k de seguidores no LinkedIn. Já no twitter, os mesmos nomes possuem, somados, 12k de seguidores.

## 3 INFLUENCIADORES DE D&I TÊM MAIS INFLUÊNCIA E CONVERSAM MELHOR COM SOCIEDADE CIVIL

Já quando analisamos os maiores influenciadores de movimentos representativos da sociedade civil em temas ligados à ESG, como os de Diversidade e Inclusão, que geram conteúdos frequentes sobre representatividade negra, indígena, LGBTQIAP+, capacitismo e etarismo, além de ativistas ambientais, detectamos que eles estão mais presentes em redes de maior conexão com a sociedade civil, como o Twitter, Youtube e Facebook, do que no LinkedIn (ordem Twitter/LinkedIn). Estes influenciadores, como **Maite Schneider** (78.547/1.922), **Tânia Chaves** (44.800/16), **Ana Minuto** (24.869/6.700), **Celso Athayde** (20.951/35.169), com exceção de **Edu Lyra**, da **Gerando Falcões**, (221.000/5.919), têm mais seguidores e influenciam e promovem a conversação com a sociedade sobre causas e propósitos, que, embora de grande relação com as temáticas ESG, não citam e nem destacam o acrônimo em suas menções.

## 4 O ATIVISMO EM ESG AINDA É UMA REALIDADE DISTANTE AOS CEO'S BRASILEIROS

A maioria dos CEOs das 100 maiores empresas brasileiras não têm perfis oficiais no Twitter, concentrando sua conversação sobre ESG no LinkedIn. Se analisamos as 10 maiores de cada segmento, não encontramos, além da divulgação de releases e posts no perfil das empresas na rede de microblogs, um diálogo entre as lideranças empresariais e a sociedade civil, para a democratização do termo e maior engajamento da sociedade nas práticas ESG.

## 5 OS TEMAS MAIS ABORDADOS PELOS INFLUENCIADORES ESG NO LINKEDIN

Quando analisamos a conversação sobre as temáticas de ESG dos principais influenciadores do LinkedIn, temos o "S" do social mais citado, seguido do "A" Ambiental e "G" de Governança Corporativa.

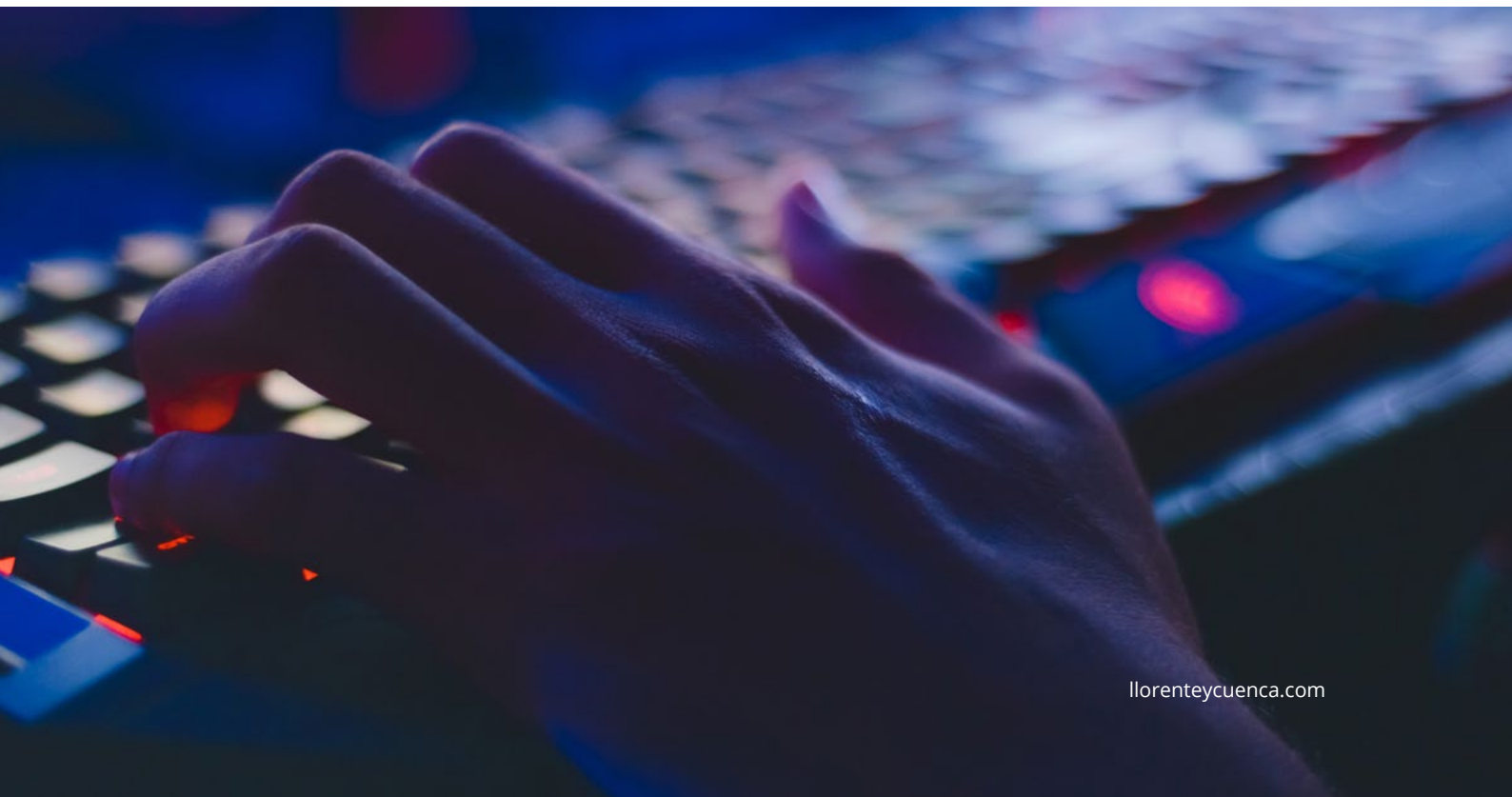
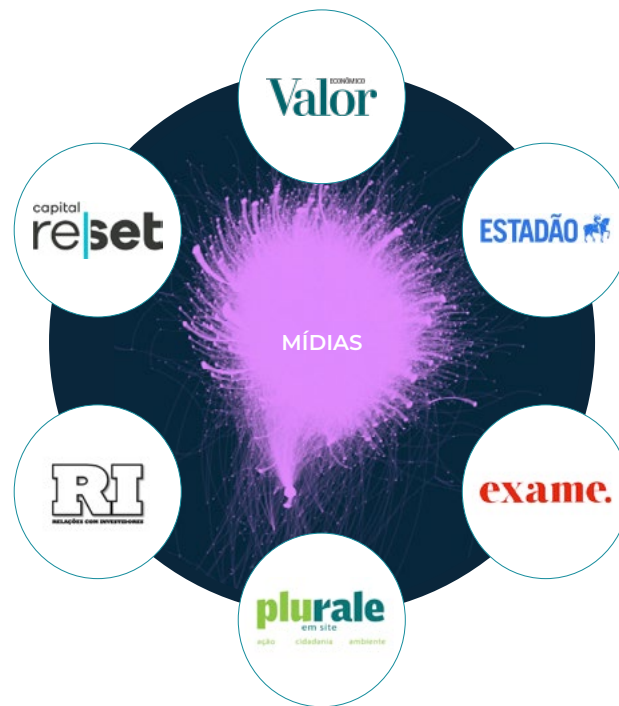
## 6 SLEEPING GIANTS BRASIL LIDERA CONVERSAÇÃO ESG NA SOCIEDADE CIVIL

Entre os perfis de maior influência no Twitter, o **Sleeping Giants Brasil** – movimento global de ativistas digitais que combate discursos de ódio e desinformação, buscando alertar empresas a desmonetizar estes canais - com quase 500 mil seguidores no microblog Twitter e somente 219 seguidores no LinkedIn, tem usado o termo ESG para confrontar e alertar as empresas sobre suas práticas e narrativas.

## 7 AUTORIDADES FALAM COM POUCA LEGITIMIDADE SOBRE ESG

As personalidades públicas e autoridades que citam o ESG em suas redes sociais, o associam e ressignificam, por terem pouco conhecimento e legitimidade para debater o tema. Assim, geram hipertextualizações distorcidas e desconectadas dos principais pilares do ESG, dificultando ainda mais o diálogo e seu entendimento com a sociedade civil brasileira. Entre os que mais citam o ESG, temos autoridades como **Gilmar Mendes**, ministro do STF, o ex-juiz **Sergio Moro**, o presidente **Jair Bolsonaro** e ex-ministro da Infraestrutura, **Tarcísio de Freitas**. Eles ocupam um espaço nas conversas sobre ESG de forma a mostrar a conversação sobre sua gestão pública. Alguns deles mencionam o subtema responsabilidade social como um tema relacionado com à pandemia e o contraponto com a responsabilidade fiscal.

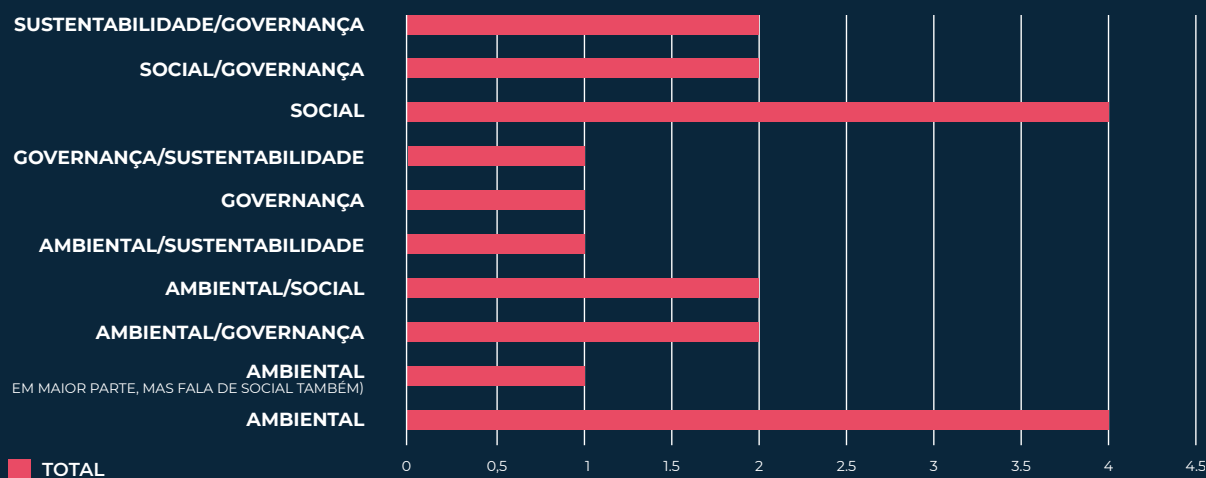
## PRINCIPAIS MÍDIAS QUE INFLUENCIAM ESG NO BRASIL



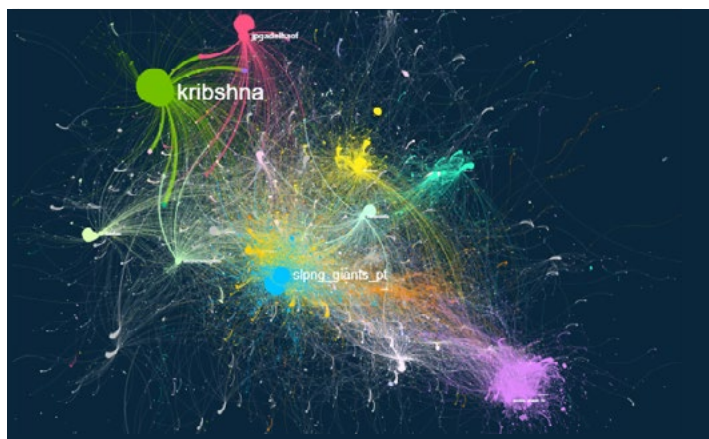
## PRINCIPAIS INFLUENCIADORES EM ESG NO LINKEDIN



## TEMAS MAIS FALADOS PELOS INFLUENCIADORES NO LINKEDIN



## SLEEPING GIANTS BRASIL LIDERA CONVERSAÇÃO ESG NA SOCIEDADE CIVIL



### SLEEPING GIANTS BRASIL

Linkedin: 219  
Twitter: 500K

Sleeping Giants Brasil lidera conversação na sociedade civil no Twitter.

## AUTORIDADES FALAM COM POUCA LEGITIMIDADE EM ESG

16

### EDUARDO LEITE

Ex-Governador do Rio Grande do Sul  
Linkedin: 1K seguidores  
Twitter: 211K seguidores

### GILMAR MENDES

Ex-ministro da Justiça e Segurança Pública do Brasil  
Linkedin: 446K seguidores  
Twitter: -



### TARCÍSIO DE FREITAS

Ex-Ministro de Infraestrutura do Governo Bolsonaro  
Linkedin: -  
Twitter: 1.3M seguidores

### SÉRGIO MORO

Ex-ministro da Justiça e Segurança Pública do Brasil  
Linkedin: 14K seguidores  
Twitter: 3.4M seguidores

### JAIR BOLSONARO

Presidente do Brasil  
Linkedin: -  
Twitter: 8.4M seguidores

## PRINCIPAIS INFLUENCIADORES D&I NO BRASIL

### GABRIELA AUGUSTO

Diretora na Transcedemos Consultoria  
 LinkedIn: 69K seguidores  
 Twitter: -

**ANA MINUTO**  
 Cocriadora da Potências Negras  
 LinkedIn: 24K seguidores  
 Twitter: 670 seguidores

**MAITE SCHNEIDER**  
 Cofundadora da TransEmpregos  
 LinkedIn: 79K seguidores  
 Twitter: 1K seguidores

**CELSO ATHAYDE**  
 Sócio na iO Diversidade  
 LinkedIn: 21K seguidores  
 Twitter: 35K seguidores

**NOAH SCHEFFEL**  
 CEO da Educa TRANSforma  
 LinkedIn: 19K seguidores  
 Twitter: -



### EDU LYRA

Fundador e CEO da Gerando Falcões  
 LinkedIn: 223K seguidores  
 Twitter: 6K seguidores

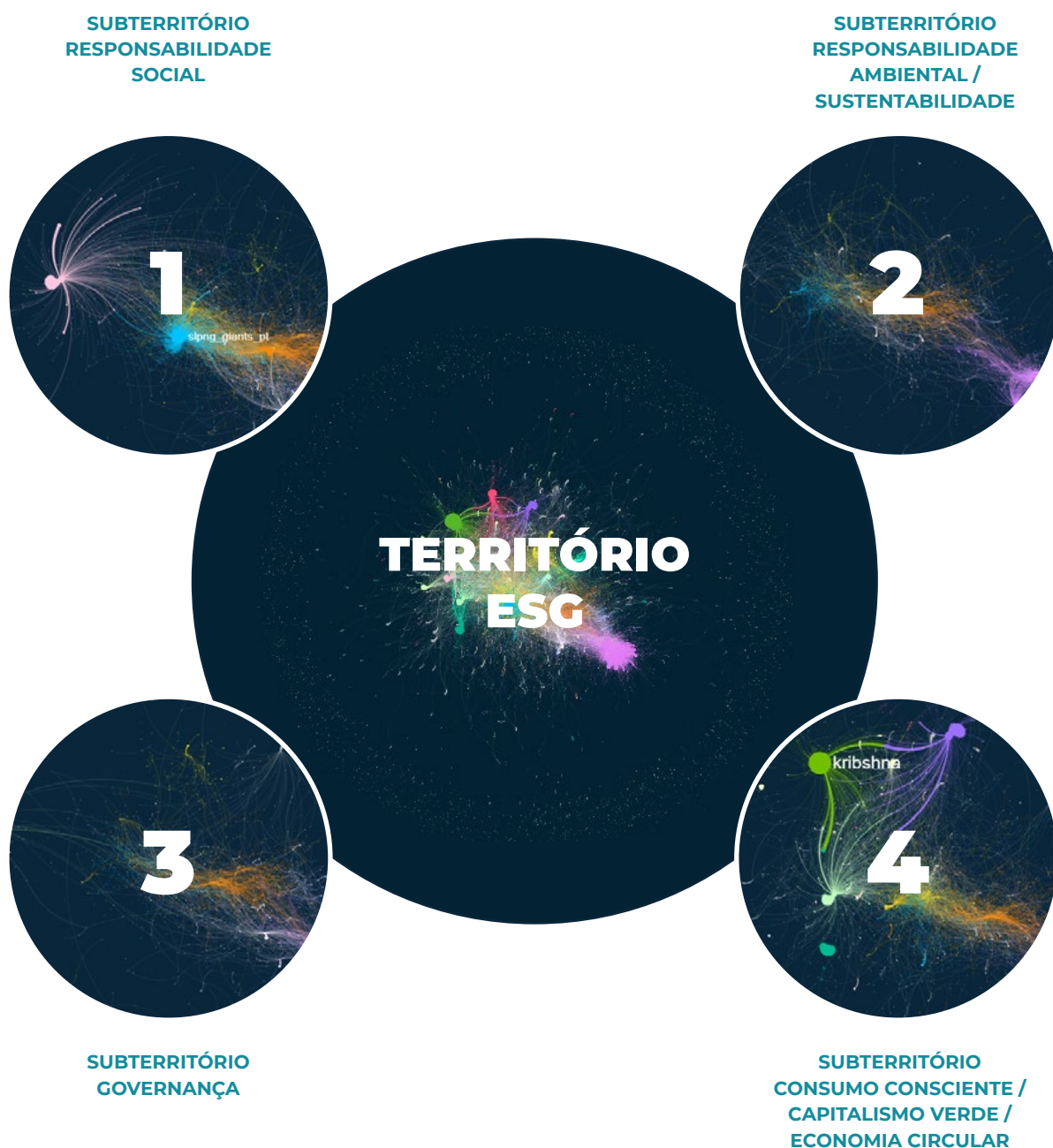
## TEMAS MAIS FALADOS PELOS INFLUENCIADORES D&I NO TWITTER



**SENTIMENTO  
SOBRE ESG E SEUS  
SUBTERRITÓRIOS  
SEMÂNTICOS**

Quando analisamos o sentimento sobre ESG, percebemos a necessidade de incluir a análise semântica com termos associados, como **“Governança Corporativa”, “Responsabilidade Social”, “Responsabilidade Ambiental”, “Sustentabilidade”, “Consumo Consciente”,**

**“Capitalismo Verde” e “Economia Circular”,** além do próprio acrônimo “ESG” por tratar-se de um termo ainda não entendido e difundido na maior parte da sociedade brasileira, dividindo-o em subterritórios, para compreender seu alcance, influência e conexão com a sociedade civil.



## “RESPONSABILIDADE SOCIAL” É O SUB TERRITÓRIO COM SENTIMENTO MAIS POSITIVO NA SOCIEDADE CIVIL

O termo “Responsabilidade Social”, dentre os subterritórios ESG, é o mais democratizado e entendido pela sociedade civil, com sentimento **Positivo (62%)**, associado a iniciativas de inclusão social e conscientização, ao crescimento de empresas que adotaram ou que pretendem adotar as melhores práticas ESG; seguido do **Neutro (34%)**, no qual classificamos críticas em relação à falta de responsabilidade social por parte da população e da gestão pública durante a pandemia; enquanto o **Negativo (4%)** está associado a conteúdos de desinformação com fake news sobre o tema.

## “RESPONSABILIDADE AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE” TÊM CONTEÚDOS QUE MAIS IMPACTAM NA SOCIEDADE CIVIL

Quando analisamos o subterritório “Responsabilidade Ambiental e Sustentabilidade”, detectamos que são dois termos que são entendidos e geram maior engajamento e sentimentalização com a sociedade civil brasileira, mas ainda não associado às melhores práticas em ESG. Com sentimento **Positivo (58%)**, associado aos conteúdos de apresentação das empresas de seus resultados e objetivos em relação à redução da pegada de carbono, a eventos e certificações que promovem a sustentabilidade, e ao aumento do uso de fontes de energia limpa, reciclagem e logística reversa; seguido do **Neutro (32%)** com conteúdos de cunho educativo e informativo, como as medidas em relação às mudanças climáticas, ao uso da tecnologia com adoção do conceito ESG com indicadores do mercado financeiro e as melhores práticas de ESG estão interligados; e **Negativo (10%)**, com sentimentos associados aos neologismos, como *ESG Washing*, *Social Washing*, *Green Washing*.

## “GOVERNANÇA CORPORATIVA” É O SUB TERRITÓRIO MAIS ASSOCIADO AO ESG

O Subterritório “Governança Corporativa” é positivo quando associado às melhores práticas em ESG. Nele, predomina o sentimento **Positivo (54%)**, associado a menções sobre a importância das práticas de ESG nas empresas e sociedade e à adoção de medidas como a de implementação de uma agenda ESG; seguido do **Neutro (44%)**, associadas, em grande parte, a matérias (em jornais e revistas), que explicam o que é ESG e como realizar sua implementação; e **Negativas (2%)** com menções de *ESG Washing*, como a falta de regulamentação em fundos classificados como ESG. Neste cenário, destacamos os conteúdos que mais viralizaram no período, como o do clube Botafogo Futebol e Regatas, que anuncia mudanças no seu modelo de gestão alinhado às melhores práticas de governança corporativa, a matéria da revista “Exame” informando que “Startups apostam em governança corporativa para atrair investidores”, e outra da revista “IstoÉ” que informa que o time de futebol Atlético Mineiro está entrando em uma nova era de governança corporativa. Além disso, temos publicações do Ministério da Infraestrutura, TV Brasil Gov, etc.

## “CONSUMO CONSCIENTE, CAPITALISMO VERDE E ECONOMIA CIRCULAR” SÃO NEUTROS

Quando analisamos os termos que surgem na narrativa das redes associadas ao ESG, como “Consumo Consciente, Capitalismo Verde e Economia Circular”, constatamos que por usarem palavras que já têm conexão com a sociedade civil, geram sentimentos inclinados à neutralidade. A sentimentalização em **Neutro (56%)** é associada a conversação e menções de cunho educativo e informativo, tais como iniciativas do setor privado voltadas para o consumo consciente. **Positivo (38%)**, com temas associados à promoção da reciclagem, moda sustentável e a conscientização em relação ao impacto do beneficiamento de resíduos; e **Negativo (4%)**, com menções sobre inexistência de um “capitalismo verde” e/ou “capitalismo consciente”.

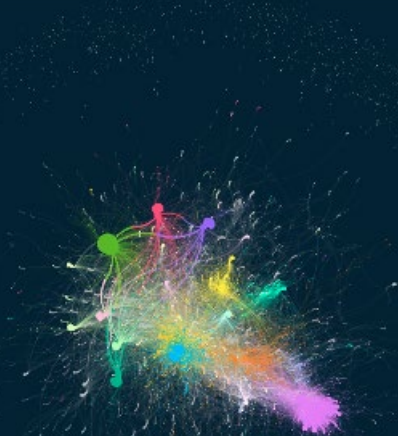
## ANÁLISE GERAL DO TERRITÓRIO ESG

**741 M**  
ALCANCE DAS  
PUBLICAÇÕES

**138 K**  
USUÁRIOS  
ENVOLVIDOS

**536 K**  
MENÇÕES NO  
TERRITÓRIO

**3.4K**  
COMUNIDADES  
ENVOLVIDAS

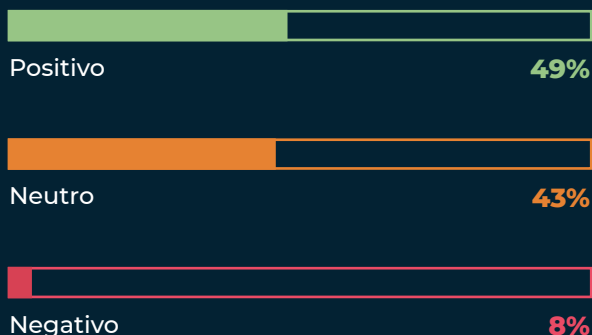


### Os conteúdos mais comentados neste subterritório são:

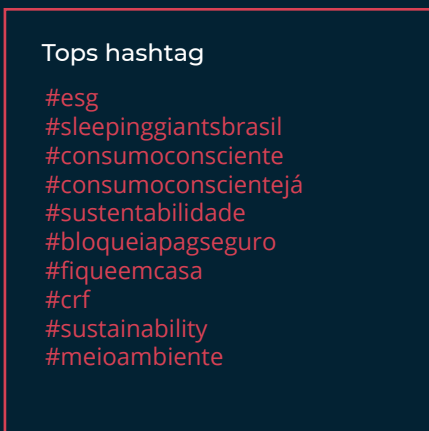
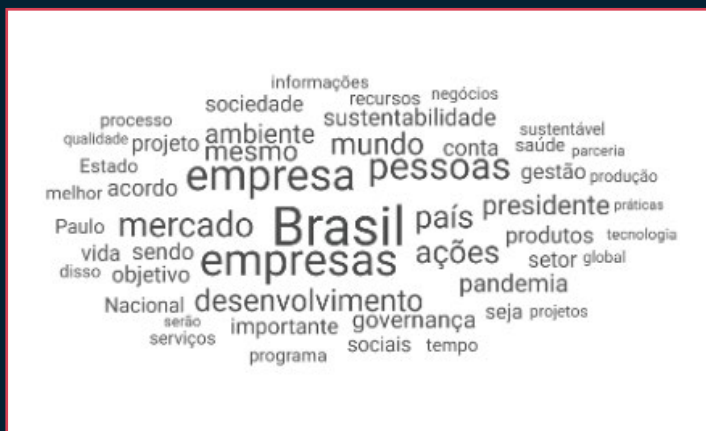
**Positivo:** Promoção das melhores práticas de ESG.

**Neutro:** Nas menções e sentimentos neutro, podemos visualizar parte da comunidade política, assim como parte da população demandando responsabilidade social.

**Negativo:** Críticas em relação ao ESG Washing.



21



Este é um estudo que utiliza BIG DATA, IA e *machine learning* para realizar parte da análise. Foram utilizados como fonte de dados o Twitter, sites de notícias, fóruns e blogs. Período analisado: janeiro de 2019 até dezembro de 2021.

## 1. SUBTERRITÓRIO RESPONSABILIDADE SOCIAL

**263.7 M** **216 K**

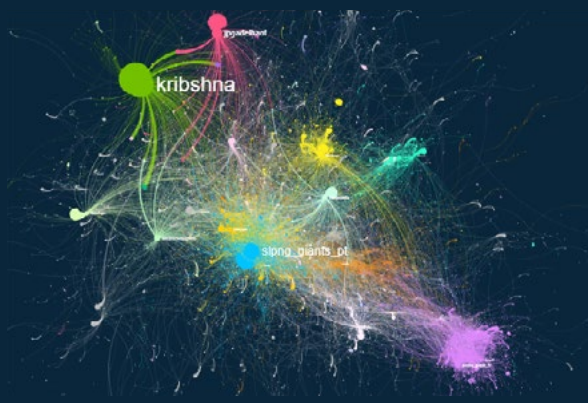
**ALCANCE DAS  
PUBLICAÇÕES**

**USUÁRIOS  
ENVOLVIDOS**

**70.4 K** **1.8 K**

**MENÇÕES NO  
TERRITÓRIO**

**COMUNIDADES  
ENVOLVIDAS**

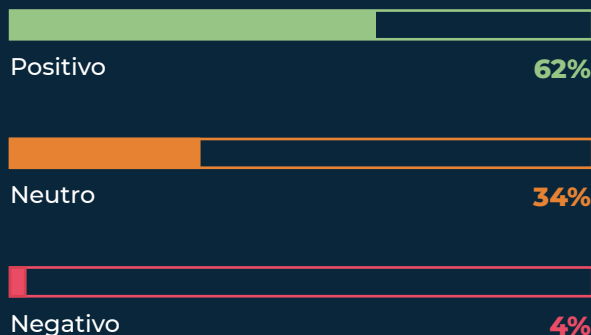


**Os conteúdos mais comentados neste subterritório são:**

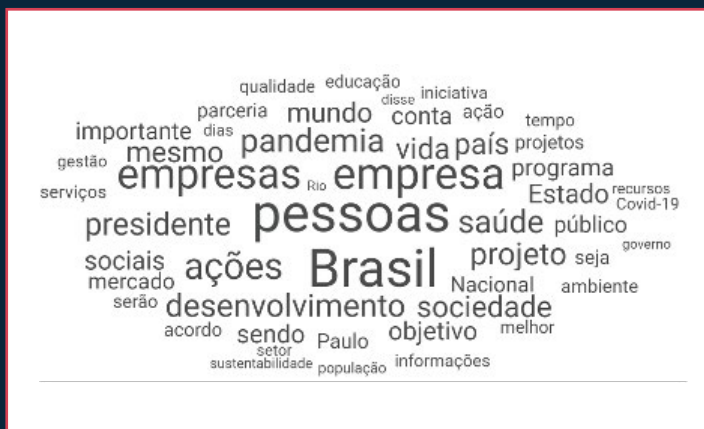
**Positivo:** Iniciativas de inclusão social, incentivo à conscientização, crescimento do volume de empresas que adotaram ou que pretendem adotar as melhores práticas ESG.

**Neutro:** Dentro dos sentimentos neutros, visualizamos muitas críticas em relação à falta de responsabilidade social por parte do estado e da população.

**Negativo:** Conteúdo conspiratório sobre o tema.



22



- Tops hashtag**
- #SleepingGiantsBrasil
  - #fiqueemcasa
  - #crf
  - #bloqueiapagseguro
  - #quevergonhaitaú
  - #reais300kdobrasil
  - #radaranticowrrupção
  - #sgbr
  - #vaicorinthians
  - #agro

Este é um estudo que utiliza BIG DATA, IA e *machine learning* para realizar parte da análise. Foram utilizados como fonte de dados o Twitter, sites de notícias, fóruns e blogs. Período analisado: janeiro de 2019 até dezembro de 2021.

## 2. SUBTERRITÓRIO RESPONSABILIDADE AMBIENTAL / SUSTENTABILIDADE

**76.5 M**  
ALCANCE DAS  
PUBLICAÇÕES

**17.5 K**  
USUÁRIOS  
ENVOLVIDOS

**107 K**  
MENÇÕES NO  
TERRITÓRIO

**501**  
COMUNIDADES  
ENVOLVIDAS

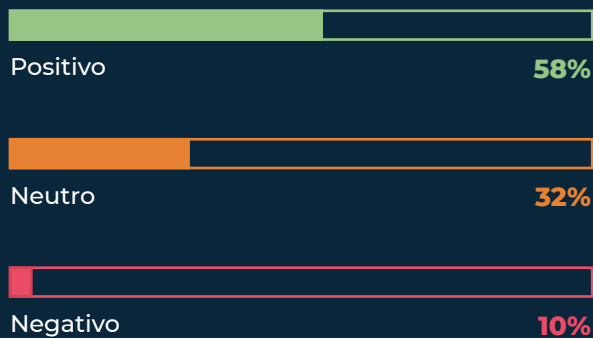


Os conteúdos mais comentados neste subterritório são:

**Positivo:** Empresas apresentando seus resultados e objetivos em relação à redução da pegada de carbono, eventos e certificações que promovem a sustentabilidade, aumento do uso de fontes de energia limpa e a importância e realização da reciclagem.

**Neutro:** Os conteúdos com uma abordagem neutra são de cunho educativo e informativo, como: medidas em relação à mudanças climáticas, uso da tecnologia com adoção do conceito ESG, como o mercado financeiro e as melhores práticas de ESG estão interligados.

**Negativo:** Os sentimentos negativos são voltados para a prática do ESG Washing.



23



- Tops hashtag**
- #awakegiantsbrasil
  - #mpdoapagão
  - #galo112anos
  - #meioambiente
  - #sustentabilidade
  - #brasilnasrua
  - #greveglobalpeloclima
  - #masp
  - #responsabilidadeambiental
  - #brumadinho

Este é um estudo que utiliza BIG DATA, IA e *machine learning* para realizar parte da análise. Foram utilizados como fonte de dados o Twitter, sites de notícias, fóruns e blogs. Período analisado: janeiro de 2019 até dezembro de 2021.



## 4. SUBTERRITÓRIO CONSUMO CONSCIENTE / CAPITALISMO VERDE / ECONOMIA CIRCULAR

**120 M**

ALCANCE DAS PUBLICAÇÕES

**39.2 K**

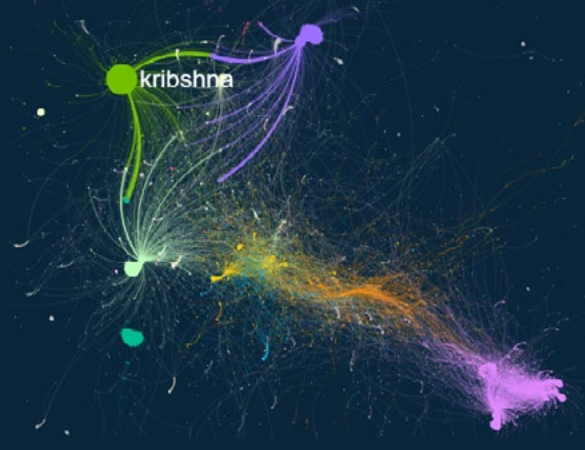
USUÁRIOS ENVOLVIDOS

**115 K**

MENÇÕES NO TERRITÓRIO

**1.1 K**

COMUNIDADES ENVOLVIDAS

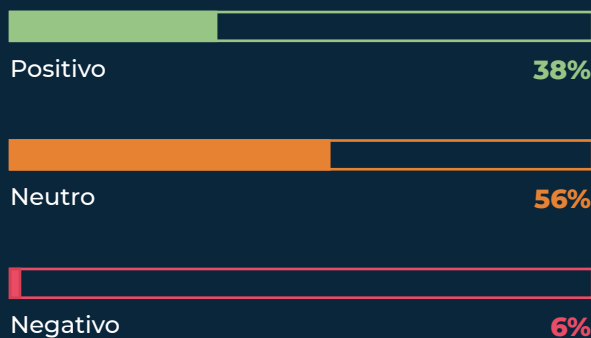


Os conteúdos mais comentados neste subterritório são:

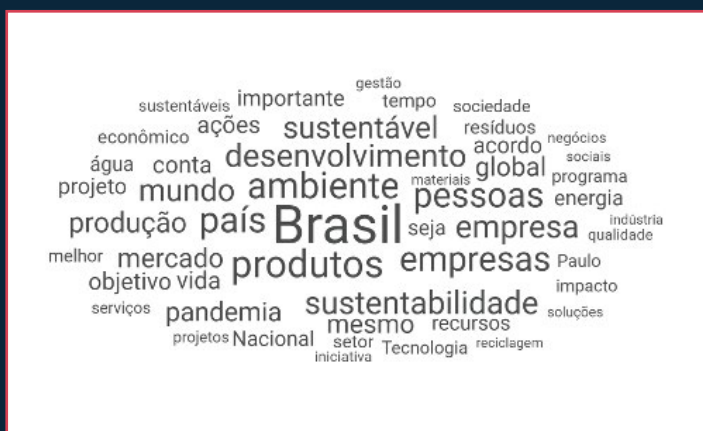
**Positivo:** Promoção da reciclagem, moda sustentável e conscientização em relação ao impacto gerado pela geração de resíduos.

**Neutro:** Os conteúdos classificados como neutros são em grande parte de cunho educativo e informativo, tais como: iniciativas do setor privado voltadas para o consumo consciente.

**Negativo:** As menções classificadas como negativas levantam a hipótese da não existência de um “capitalismo verde” e/ou “capitalismo consciente”.



25



### Tops hashtag

- #awakegiantbrasil
- #economiacircular
- #sustentabilidade
- #consumoconsciente
- #água
- #copasa
- #meioambiente
- #eucurtominas
- #governodeminasgerais
- #prayforamazonas

Este é um estudo que utiliza BIG DATA, IA e *machine learning* para realizar parte da análise. Foram utilizados como fonte de dados o Twitter, sites de notícias, fóruns e blogs. Período analisado: janeiro de 2019 até dezembro de 2021.



LLYC

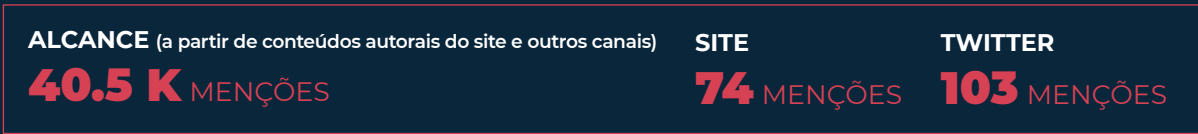
Dissonâncias do ESG com a sociedade civil

# ESG NA CONVERSAÇÃO DAS 100 MAIORES EMPRESAS BRASILEIRAS\*

\* Referência: Lista das 100 maiores empresas na Revista Exame (2021).

A visibilidade restrita das práticas ESG na rede profissional, com gaps de conexão com redes de maior alcance e engajamento da sociedade civil, nos levou a incorporar neste estudo a lista das 100 maiores empresas brasileiras, segundo o ranking da Exame de 2021. Para entender melhor as questões de influência, autoridade e transparência na relação com os stakeholders, analisamos sites, blogs, perfis oficiais nas redes sociais e matérias jornalísticas sobre ESG associadas a estas companhias. O objetivo foi extrair

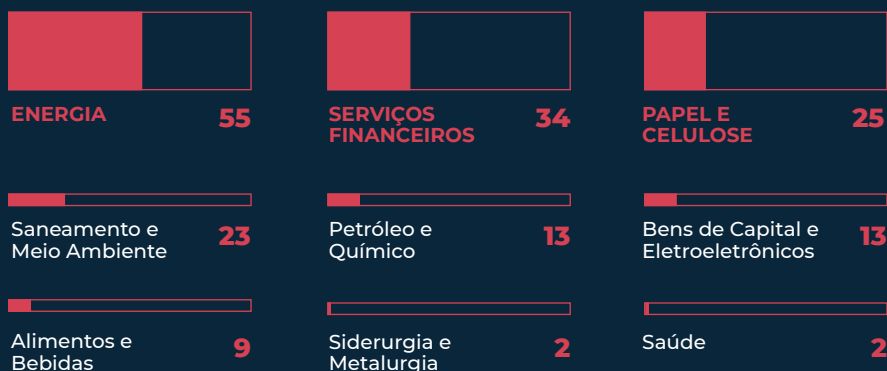
os dados mais relevantes para apontar se o ESG já é uma realidade corporativa, se suas práticas estão conectadas às demandas e exigências da sociedade civil e se a concentração de sua narrativa se mantém na “esfera empresarial” com objetivo de gerar valor somente ao acionista e não ao relacionamento com todos os seus stakeholders, impactando na principal premissa da gestão de ESG. Para isso, classificamos as maiores empresas brasileiras por representatividade quantitativa e por segmento de atuação.



## PRINCIPAIS SEGMENTOS NO BRASIL EM 2021



## SEGMENTOS QUE MAIS FALAM DE ESG NO BRASIL



Quando analisamos os setores de mercado mais relevantes em relação à promoção do ESG, aproximadamente **64,7%** dos conteúdos divulgados são impulsionados pelos segmentos de:

**Energia**  
**Serviços Financeiros**  
**Papel e Celulose**

## ESG NOS SETORES EMPRESARIAIS MAIS REPRESENTATIVOS NO PAÍS

48% das maiores empresas do país atuam nos segmentos de Energia, Petróleo e Químico, Atacado, Varejo, Transporte e Logística. Ao analisar a evolução do tema ESG na narrativa destas empresas em seus sites, blogs e perfis sociais, visualizamos que, de forma geral, os principais conteúdos se mantêm concentrados no subterritório ESG de sustentabilidade, com temáticas relacionadas à geração de energias renováveis, redução da pegada de carbono, transição energética, economia circular e as metas dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, com compromissos assumidos com a sociedade civil para seu alcance entre 2025 e 2050. No entanto, chama à atenção que grande parte das empresas do país não tenham ESG como uma seção/editoria em seus sites, refletindo que a liderança ESG está difusa entre áreas de negócio, de Comunicação Corporativa, Recursos Humanos e Sustentabilidade, com conteúdos associados à governança corporativa e gestão ambiental.

## O SEGMENTO DE ENERGIA LIDERA A CONVERSAÇÃO EM ESG NO LINKEDIN, MAS SEM CONEXÃO COM A SOCIEDADE CIVIL

O setor de Energia lidera a conversação em ESG com maior conexão com a sociedade civil, numa narrativa que trás temas como transição energética e impacto nas mudanças climáticas, com conteúdo focado na apresentação de ações de mitigação do impacto ambiental e na contenção dos efeitos de suas externalidades na cadeia de produção. Os conteúdos publicados pelas companhias se concentram em posts autorais na replicação de matérias dos veículos gerais e segmentados sobre o tema no LinkedIn. Quando analisamos esta representatividade em redes de maior alcance da sociedade civil no Twitter, Facebook e Youtube, as empresas [@WEG](#), [@Natura](#), [@Gerdau](#) e [@Suzano](#) mantém uma conversação mais ativa com a sociedade civil.

## METAS E COMPROMISSOS EM ESG GERAM MAIOR VISIBILIDADE E ENGAJAMENTO ÀS EMPRESAS

Em maio de 2020, constatamos uma curva mais acelerada na publicação de conteúdos em ESG, a partir de uma série de reportagens sobre ESG em diversas mídias, como Valor Econômico, Estadão, Exame CNN, Reset e Revista Plurale. A publicação que obteve o maior alcance no período foi um retweet realizado pelo Estadão com a informação de que a Natura&CO integra o grupo de empresas que possuem compromissos e metas em ESG. Em março de 2021, há uma nova série de matérias sobre ESG, onde a publicação de maior destaque durante o período é referente à matéria do Estadão com uma citação do presidente da Gerdau sobre ESG.

## MÍDIAS ESPECIALIZADAS EM ESG SÃO OS CANAIS PRINCIPAIS DE CONEXÃO ENTRE AS EMPRESAS E A SOCIEDADE CIVIL

Quando olhamos para a repercussão do ESG, destacamos os cadernos especializados, de jornais e revistas, que têm contribuído para a democratização do seu debate em ESG, conectando as empresas à sociedade civil. Dentre os assuntos mais relevantes na cobertura sobre ESG relacionada às empresas, estão a **Agenda ESG (com pautas direcionadas a Diversidade & Inclusão, a transição energética e o marco regulatório dos créditos de carbono)**, conectando porta-vozes das empresas a influenciadores da sociedade civil nas temáticas ambientais, sociais e de governança. Esta conexão traz diferentes pontos de vista e apresentam ações e propostas para o enfrentamento destas questões prioritárias do ESG, mas mantendo-se ainda concentrada num grupo de fontes das mesmas empresas e influenciadores.

## AS COMPANHIAS QUE MAIS GERAM CONTEÚDO EM ESG

As empresas que lideram a produção de conteúdo em ESG são a [@Natura](#), [@Gerdau](#), [@Klabin](#), [@WEG](#), [@EDP](#) e [@Brasken](#).

## ODS E NOVOS INDICADORES SÃO OS TEMAS MAIS ABORDADOS NA COMUNICAÇÃO DAS EMPRESAS

Entre os assuntos mais relevantes sobre ESG que geram posts, verificamos picos sobre o novo **Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) - indicador de desempenho de empresas reconhecidas pelo seu comprometimento com a sustentabilidade empresarial; as metas da Agenda 2030, da ONU, com associações das práticas aos ODS, e a abordagem ao tema Governança, sempre vinculada aos novos indicadores, regulações e métricas do mercado**. No entanto, estas informações estão diluídas nas seções dos sites das companhias de forma segmentada com seus stakeholders, de difícil acesso à sociedade civil na busca por estas informações e entendimento de sua atuação em ESG.

## OS SETORES QUE MAIS CONVERSAM SOBRE ESG COM A SOCIEDADE CIVIL

Mais de 40k de menções no Twitter não são do setor de Energia, embora ele lidere a conversação no LinkedIn. As empresas mais faladas são a Natura, Gerdau e Suzano.

### PRINCIPAIS SETORES DO MERCADO DO BRASIL EM 2021



**X**

### SEGMENTOS QUE MAIS FALAM DE ESG NO BRASIL



## TEMAS ESG MAIS COMENTADOS PELAS EMPRESAS

Investidores **Desenvolvimento Sustentável**  
**Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)**  
Agenda ESG **Sociais e de Governança**

## METAS E COMPROMISSOS EM ESG IMPULSIONAM PICOS DE CONVERSAÇÃO

### REPERCUSSÃO MIDIÁTICA SOBRE ESG NO BRASIL

# 40.5K menções



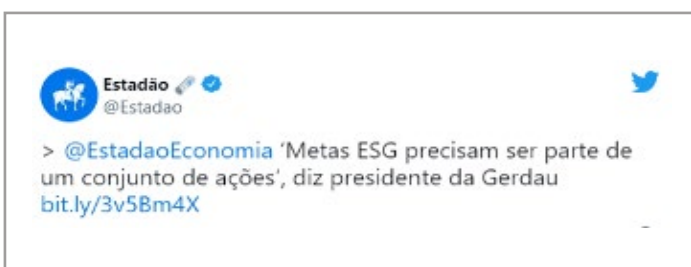
31

A



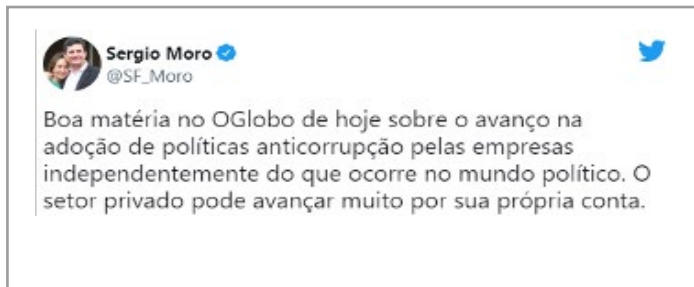
O pico visualizado no final de julho de 2020 foi referente a uma série de reportagens sobre ESG em diversas mídias, como Estadão, Exame, Valor Econômico e CNN. A publicação que obteve o maior alcance no período foi um retweet realizado pelo Estadão com a informação de que a Natura integra o grupo de empresas que possuem as melhores práticas em ESG.

B



O pico visualizado em março de 2021 também se dá a uma série de matérias sobre ESG. A publicação de maior destaque durante o período é referente a uma matéria do Estadão com uma citação do presidente da Gerdau sobre ESG. Entretanto, quando olhamos para o volume de publicações sobre o assunto, podemos destacar a Revisata Exame que possui uma seção exclusiva sobre ESG em seu site.

C



O pico visualizado em maio de 2021 traz em destaque uma matéria sobre o avanço de políticas anticorrupção nas empresas do setor privado. Traz também uma série de reportagens sobre ESG nos jornais e revistas, como Folha de São Paulo, Exame e Época.

D



No maior pico registrado durante o período analisado, em outubro de 2021, visualizamos uma série de matérias sobre ESG na revista "Exame". As mesmas trazem informações sobre empresas como Suzano, Ambev, Vale, B3, Renner e Cosan com suas iniciativas ESG.



## LISTA DE REFERENTES (INFLUENCIADORES, MÍDIAS E EMPRESAS CITADAS NESTE ESTUDO)

### EMPRESAS

Activision Blizzard  
 B3 - Bolsa de Valores  
 Botafogo  
 Bradesco  
 Braskem  
 Coca-Cola  
 EDP  
 Eletrobras  
 Energie Brasil  
 Flamengo  
 Gerdau  
 GOL  
 IFood  
 Klabin  
 LOLja  
 Natura  
 Neenergia  
 Raizen  
 RobinHood  
 SABESP  
 Starbucks  
 Suzano  
 WEG

### JORNALISMO

David Frum  
 Maria Bartiromo  
 Rochelle Walensky  
 EINvestidor  
 Estadão

Exame  
 Fernando Oliveira  
 Mauro Cezar  
 Murillo Moret  
 New York Times  
 ABC  
 Washington Post  
 CNNPolitics  
 Rede Globo  
 G1  
 Veja  
 Folha  
 Valor Econômico

### ORGANIZAÇÕES

CDC Foundation  
 Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável  
 Global Reporting Initiative  
 Sleeping Giants Brasil  
 World Economic Forum

### PERSONALIDADES

Adriana Barbosa  
 Amalia Safatle  
 Ana Minuto  
 Antonio Emilio Freire  
 Barry Silbert  
 Beatriz Santa Rita

Cathie Wood  
 Dak Prescott  
 Danilo Gentili  
 Denise Hills  
 Dustin Poirier  
 Eduardo Leite  
 Fabio Alperowitch  
 Fábio Porchat  
 Gabriela Augusto  
 Giannis Antetokounmpo  
 Gilmar Mendes  
 Heiko Hosomi  
 Jair Bolsonaro  
 James Cramer  
 Jessica Paraguassu  
 Luciano Hulk  
 Luiz Henrique Mandetta  
 Maite Schneider  
 Mariana Kohler  
 Michael Saylor  
 Nayara Bertao  
 Noah Schefel  
 Ricardo Assumpção  
 Sergio Moro  
 Sonia Consiglio  
 Sônia Araripe  
 Tania Chaves  
 Tarcísio de Freitas  
 Thalita Gelenske  
 Vanessa Pinsky  
 Velma Gregório  
 Virgilio Viana  
 Viviane Mansi  
 Vitor Martins

## AUTORES



**Thyago Mathias**  
Country Manager Brasil  
[tmathias@llorentycuenca.com](mailto:tmathias@llorentycuenca.com)



**Anatrícia Borges**  
Diretora ESG Brasil  
[aborges@llorentycuenca.com](mailto:aborges@llorentycuenca.com)

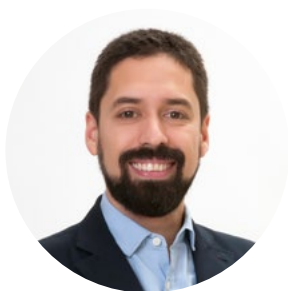


**Vivian Raffaelli**  
Líder da área de Deep Digital Business  
da LLYC Brasil  
[vraffaelli@llorentycuenca.com](mailto:vraffaelli@llorentycuenca.com)



**Fernando Cabral**  
Levantamento e Análise de Dados

## AUTORES



**Diego Olavarria**  
Diretor Deep Digital Business  
Região Sul Latam

[dolavarria@llorenteycuenca.com](mailto:dolavarria@llorenteycuenca.com)



**Fernanda Batista**  
Consultora em ESG Brasil

[fernanda.batista@llorenteycuenca.com](mailto:fernanda.batista@llorenteycuenca.com)



**Iris Moreira**  
Consultora Deep Learning Brasil

[iris.moreira@llorenteycuenca.com](mailto:iris.moreira@llorenteycuenca.com)

**LLORENTE Y CUENCA**