



Guia ESG PARA O MERCADO EDITORIAL

Como levar a
sustentabilidade
para dentro da
sua organização

Sumário

04	Como usar o guia	34	Consumo de papel	33	Liberdade de expressão
06	Mensagem da presidência	26	Gestão e suporte		Papel social do livro
08	Composição e atribuições do GT	27	Sustentabilidade no varejo	35	Governança e integridade
10	Sustentabilidade na prática		Divulgação de temas ambientais	36	Instâncias de governança
14	Por onde começar	28	Ações sociais	37	Compliance
	Pacto dos editores pelos ODS	29	Desenvolvimento e cuidados com os colaboradores	38	Código de ética
16	Metas, monitoramento e comunicação		Diversidade, inclusão e equidade	39	LGPD
17	Processos e pessoas	31	Responsabilidade social	40	Eventos mais sustentáveis
18	Entrevista com Karine Pansa	32	Educação	42	Referências e indicações
20	Responsabilidade ambiental		Conteúdo que faz a diferença		
21	Oportunidades da cadeia de valor				





COMO USAR O GUIA

Com esta publicação, oferecemos aos associados da Câmara Brasileira do Livro (CBL) um guia prático com ações que contribuem para tornar a cadeia produtiva do livro cada vez mais sustentável — do ponto de vista ambiental e social —, com base em uma governança ética e transparente. Procuramos trazer informações e orientações atualizadas, de forma descomplicada e prática, a fim de ajudar organizações a incorporar a agenda ESG (sigla do inglês para “environment”, “social” e “governance”; ou ambiental, social e governança) no dia a dia de suas atividades.

O conteúdo principal do guia está dividido em quatro capítulos. O primeiro tem o objetivo de evidenciar o momento atual da sustentabilidade e a importância do tema para o setor, destacando alguns pressupostos fundamentais que devem fazer parte do movimento de qualquer companhia na trajetória para implementar ações alinhadas ao modelo ESG.

Os capítulos seguintes tratam de assuntos específicos relacionados às dimensões ambiental, social e de governança. Ao final, você também encontrará indicações de onde buscar mais informações sobre os tópicos abordados.

Acima de tudo, a produção deste guia foi pautada pelo desejo de levar aos associados um instrumento que funcione como aliado na tarefa que se coloca, de forma premente, no horizonte de todas as empresas, de acordo com o perfil, a realidade e as necessidades de cada uma.

MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA

Na vanguarda, zelando pelo futuro do mercado editorial

Um setor que olha para o futuro. Essa é uma forma bastante pertinente de descrever o mercado editorial hoje, que construímos todos os dias por meio de muito trabalho.

Foi pensando nesse futuro que a Câmara Brasileira do Livro criou a Comissão ESG da CBL, e, agora, o Guia ESG para o Mercado Editorial. Com muito orgulho, apresento este material que serve como uma luva para as demandas de empresas de todos os elos da cadeia produtiva do livro.

Das distribuidoras às livrarias, passando pelas editoras, grandes e pequenas, hoje as três letrinhas do ESG – representando os pilares de governança ambiental, social e corporativa – precisam permear as tomadas de decisões dos empresários do nosso setor e serem levadas em consideração em todos os planejamentos estratégicos se quisermos continuar na vanguarda, acompanhando os demais setores brasileiros que inovam nessa agenda.

Com o Brasil posicionando-se cada vez mais como um país-chave no cenário global e sediando eventos como o Grupo dos Vinte (G20), que irá reunir líderes globais para debater a sustentabilidade, nosso guia mostra-se ainda mais relevante.

Nele, você irá encontrar informações atualizadas relacionadas à agenda ESG, com orientações de como aplicar iniciativas de governança ambiental, social e corporativa nas diversas atividades que constituem o caminho das obras até seus leitores, além de entrevistas com players especialistas no tema. Tudo de maneira descomplicada e prática, focada em tornar nossa cadeia produtiva cada vez mais sustentável, baseada em uma governança ética e transparente.

Convido você a embarcar nesta leitura e imaginar coletivamente um mercado editorial que olha com carinho para o bem-estar e a integridade de seus profissionais, para o ecossistema de pessoas impactadas pela nossa cadeia e para o nosso planeta. E, mais importante ainda, com o Guia ESG para o Mercado Editorial você descobre como pode começar agora a realizar as mudanças necessárias rumo a um futuro mais sustentável.

Boa leitura!

Sevani Matos
Presidente da Câmara Brasileira do Livro

ENTENDA AS ATRIBUIÇÕES DA COMISSÃO ESG DA CBL

A Comissão ESG da CBL tem o propósito de promover práticas sustentáveis, de responsabilidade social e de boa governança no setor editorial. Suas principais atribuições incluem identificar e divulgar iniciativas que reduzam o impacto ambiental e incentivem o uso de materiais recicláveis e sustentáveis, além de propor ações para reduzir desperdícios e aumentar a eficiência energética.

Na responsabilidade social, a Comissão fomenta esforços capazes de beneficiar comunidades relacionadas ao mercado editorial, incentivando programas de inclusão e diversidade e apoiando projetos sociais que estimulem a leitura e a educação. Em governança corporativa, uma das tarefas é a disseminação das melhores práticas, estabelecendo diretrizes de transparência e ética e apoiando a capacitação profissional.

Entre os objetivos da Comissão está a criação de um clube de leitura sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas, com foco na contribuição do setor editorial para alcançar as metas estabelecidas. Além disso, o grupo busca parcerias com outras entidades para fortalecer iniciativas ESG e trabalha para definir métricas que possibilitem avaliar o impacto de ações socioambientais.



SUSTENTABILIDADE NA PRÁTICA

Todos os dias temos contato com notícias, artigos de opinião, estudos e movimentos que nos convocam a um maior envolvimento com a construção de um futuro sustentável para o planeta. É crescente a preocupação e o senso de urgência em relação às mudanças climáticas, à degradação dos recursos naturais e às vulnerabilidades sociais, entre outros temas.

Nesse contexto, negócios dos mais variados setores têm recebido demandas bastante palpáveis por parte de consumidores, investidores, funcionários e, em certa medida, da sociedade em geral. A ideia é que as empresas busquem alcançar seus objetivos financeiros, mas, ao mesmo tempo, operem com a adequada responsabilidade socioambiental.

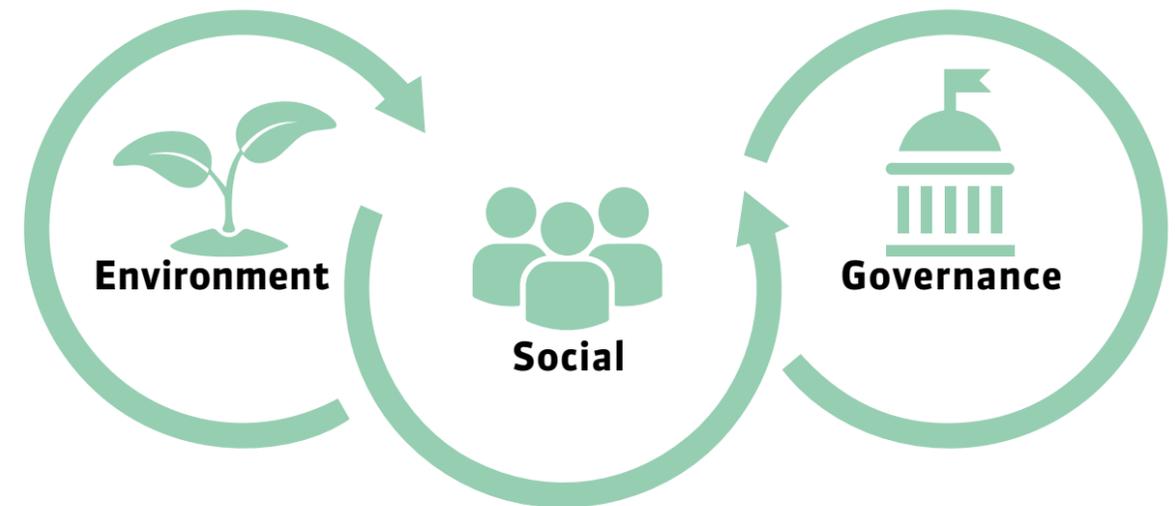
Ganha força, assim, o modelo ESG. O alinhamento a uma agenda que leve à implementação e à prática de ações nessas três frentes tem servido de parâmetro para a avaliação das companhias, influenciando diretamente a confiança do mercado, a imagem da marca e até mesmo o desempenho e os resultados econômicos. Pesquisas mostram que analistas de mercado, por exemplo, levam em conta tanto a lucratividade e a capacidade de inovação quanto a governança corporativa e a gestão eficiente dos riscos ambientais e sociais (próprios e de terceiros).

Igualmente importante é a tendência, por parte dos governos, de aumento do nível de regulamentação. A legislação vem sendo ampliada e tem se tornado mais rigorosa no que diz respeito à proteção ambiental, ao respeito a normas trabalhistas e sociais e a exigências de transparência e integridade nas atividades empresariais.

Por tudo isso, quando o assunto é levar a sustentabilidade para dentro da organização, a hora é agora. Para além das eventuais obrigações, o foco das organizações deve ser os benefícios que a agenda ESG pode trazer para a sociedade, visando mitigar impactos ambientais e sociais e melhorar a relação com o público, principalmente os mais jovens.

Não importa se sua empresa é pequena ou grande. Cada passo, cada ação implementada, cada programa bem-sucedido, com resultados concretos, faz diferença nessa jornada. Não é preciso atacar todas as frentes de imediato e ao mesmo tempo, mas não há tempo a perder. O mais importante é o compromisso com a busca coletiva de soluções para os temas que afligem a sociedade.

Este Guia vai nessa direção, evidenciando alguns requisitos decisivos desde as etapas iniciais e indicando possibilidades e oportunidades para ajudar quem aborda os temas da sustentabilidade no mundo do livro.



Sustentabilidade e ESG

Saiba mais

A origem do modelo ESG (sigla do inglês para environment, social e governance, ou ambiental, social e governança) remonta ao ano de 2004. Uma publicação do Pacto Global da Organização das Nações Unidas, em parceria com o Banco Mundial, registrou o primeiro encontro entre grandes instituições financeiras para criar uma plataforma capaz de conectar empresas, órgãos públicos e profissionais de investimentos em torno de uma pauta que contemplasse as dimensões ambiental, social e de governança.

Por aí, já é possível ter uma ideia da diferença entre sustentabilidade e ESG. Ser sustentável é um conceito amplo, relacionado à capacidade de atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem às suas próprias necessidades.

O modelo ESG, por sua vez, traz critérios para avaliar objetivamente o desempenho das organizações no esforço de minimizar seus impactos socioambientais, por meio de práticas saudáveis de governança e com base em indicadores que possam ser comunicados aos investidores e a outros públicos de relacionamento.

Por onde começar

O primeiro passo na trajetória de implementação da agenda ESG é o propósito da organização, que, necessariamente, está vinculado à liderança. Cabe aos gestores a missão de definir a direção da empresa e dos negócios, além de inspirar e orientar os colaboradores a também contribuírem na medida de suas responsabilidades.

A empresa comprometida com a sustentabilidade enxerga as questões socioambientais de forma ampla e, mais importante, de maneira estratégica e diretamente relacionada aos objetivos do negócio. Com isso, promove a incorporação de ações e programas no planejamento da companhia, incentiva a inovação em processos e produtos e busca consolidar uma cultura organizacional favorável, que valoriza as práticas adequadas e o engajamento das pessoas.

Uma vez que sua organização tenha adotado esses pressupostos, deve partir para conhecer iniciativas bem-sucedidas e práticas eficazes. Na cadeia produtiva do livro, uma iniciativa recente aponta exatamente nesta direção: o Pacto dos Editores pelos ODS.

Pacto dos editores pelos ODS

A International Publishers Association (IPA), em aliança com as Nações Unidas (ONU), divulgou em outubro de 2020 um documento com dez ações voltadas à contribuição do setor editorial para acelerar o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), estabelecidos pela Organização das Nações Unidas. De lá para cá, mais de 300 organizações — como empresas e associações, entre elas a CBL — já se comprometeram com o pacto proposto, incluindo a disposição para compartilhar dados e melhores práticas e identificar lacunas que ainda precisam ser enfrentadas. (veja onde encontrar a íntegra do texto e dos ODS na pág. 42).

Os dez compromissos ajudam a responder à pergunta que muitos empresários e executivos compartilham diante dos desafios da sustentabilidade: o que posso fazer e por onde começar?

Além disso, fica claro que há duas dimensões fundamentais da atuação do setor editorial.

A primeira dimensão é aquela comum a todos os setores de atividade da economia. Trata-se do compromisso das empresas com a agenda ESG, que se traduz em medidas efetivas colocadas em prática no dia a dia das operações. Por exemplo: a recomendação para sensibilizar e promover os ODS entre os colaboradores e fornecedores, além da importância de contar com uma liderança que seja responsável pelos avanços do tema internamente.

A segunda dimensão é mais específica do setor editorial, que, por meio dos autores e dos conteúdos publicados, pode amplificar a divulgação e impulsionar o tema da sustentabilidade para diferentes públicos, começando pelas crianças. Afinal, editoras, distribuidoras e livrarias fazem parte de um ecossistema com papel relevante no combate à desinformação.



Fique ligado

O documento da IPA reforça a ideia de que não é recomendável tentar abraçar uma gama abrangente demais de causas socioambientais. No item 10, o texto recomenda “agir em pelo menos uma meta dos ODS” e compartilhar os progressos obtidos anualmente.

Nos próximos capítulos, vamos detalhar oportunidades de ação nos campos ambiental, social e de governança que, de alguma forma, dialogam com os ODS.

Metas, monitoramento e comunicação

Como nos negócios, sua empresa deve definir metas claras para a agenda ESG dentro da companhia. Isso envolve:

- Diagnóstico do quadro atual da companhia em relação às três frentes de atuação do modelo ESG.
- Identificação de prioridades, incluindo as áreas com maior impacto potencial, tanto do ponto de vista da própria empresa quanto dos públicos de relacionamento.
- Definição de metas mensuráveis, com patamares a serem alcançados e o prazo para que isso aconteça.
- Estabelecimento de indicadores que possibilitem o monitoramento dos progressos obtidos, tanto em termos quantitativos quanto qualitativos.
- Comunicação das metas e dos resultados alcançados para o público interno e externo. Esse é um passo decisivo para construir uma relação de confiança entre o compromisso da empresa com a sustentabilidade e as iniciativas implementadas, bem como engajar colaboradores, fornecedores e outros parceiros.

Ao avaliar resultados e, principalmente, ao comunicá-los para o público, há um cuidado essencial a ser observado: ser transparente e consistente com o que, de fato, foi realizado. Qualquer atitude que possa ser interpretada como tentativa de exagerar as conquistas da empresa, ou mesmo inflar ações de menor impacto, pode ser extremamente danosa à imagem do negócio e da marca. Há, inclusive, termos em inglês para isso: “greenwashing”, que é a prática enganosa adotada por algumas empresas que afirmam ser mais ambientalmente responsáveis ou sustentáveis do que realmente são; e “socialwashing”, que também aumenta os resultados verdadeiros de iniciativas sociais das organizações.

Processos e pessoas

Uma vez que sua organização tenha estabelecido as metas no âmbito da agenda ESG, o próximo passo é rever processos — para que tragam os efeitos desejados — e assegurar o engajamento das equipes, englobando todos os níveis hierárquicos e a correta orientação a fornecedores e parceiros.

Para além das fronteiras corporativas, um exercício valioso é a escuta ativa dos públicos de interesse, construindo mecanismos de colaboração capazes de dar suporte à implementação da agenda ESG de forma viável e efetiva no longo prazo.

O movimento para engajar as pessoas pode incluir treinamentos, instrumentos de reconhecimento e incentivo e projetos sociais e ambientais em colaboração com terceiros.

Públicos de relacionamento e de interesse

Saiba mais

Esta é uma distinção útil ao longo da jornada para levar o ESG para dentro de sua organização, em especial no que diz respeito às iniciativas de comunicação, escuta e engajamento.

Os públicos de relacionamento são aqueles com os quais a organização mantém interação direta. Inclui clientes, parceiros de negócio, fornecedores, colaboradores, investidores e grupos com os quais é importante manter uma relação positiva, com benefícios para a reputação e a imagem.

Os públicos de interesse, por sua vez, formam um agrupamento mais amplo, de pessoas ou entidades que são afetadas pelas atividades ou decisões da empresa, mas com as quais ela não necessariamente mantém um relacionamento direto. Pode incluir comunidades específicas, organizações não governamentais (ONGs) e universidades, por exemplo. É valioso entender as necessidades, preocupações e expectativas da organização, levando em conta esses fatores no processo de tomada de decisão.



“Unir o setor para agir rápido o suficiente”

Entrevista com Karine Pansa

Sócia e diretora editorial da Girassol Brasil e presidente da International Publishers Association (IPA)

Qual a importância do Pacto dos Editores pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas?

Trata-se de uma iniciativa importante para propiciar que os editores declarem expressamente seu compromisso com os ODS e se envolvam com os primeiros passos práticos, a fim de colaborar para o alcance dos objetivos propostos.

Muitos editores já realizam ótimas contribuições por meio dos livros que publicam. O Pacto, porém, também ajuda a pensar sobre como conduzir os negócios de acordo com os ODS

Desde o lançamento do Pacto, em 2020, mais de 300 editoras e associações de editores assinaram o documento. Observamos um grande interesse por parte das editoras e de suas associações em compartilhar melhores práticas, e essa comunidade de signatários do pacto está liderando o caminho.

Qual sua avaliação sobre o estágio atual da prática do modelo ESG no setor editorial?

Olhando de uma perspectiva internacional, há organizações em estágios bastante variados. Acredito que a maioria das principais editoras já tenham incorporado os critérios do modelo ESG em seus negócios. O último relatório do 2030 Publishing Accelerator teve como foco a parte contábil do negócio e como isso poderia impactar as escolhas de sustentabilidade das editoras.

Ao mesmo tempo, a parcela majoritária das editoras é de pequeno porte e tem bem mais dificuldade em se envolver diretamente com a agenda ESG, apesar do interesse pelos problemas socioambientais. Existem também regiões onde publicar um livro é um desafio logístico tão grande que a sustentabilidade é um pensamento tardio. Nesses casos, as associações de editores podem desempenhar um papel fundamental no apoio a todo o setor.

Poderia mencionar iniciativas que se destacam?

Existem muitas iniciativas que merecem destaque. Por exemplo: a Associação de Editores do Reino Unido lançou uma calculadora de carbono que permite que seus associados monitorem as emissões de carbono em vários aspectos do negócio, avaliando seu desempenho do ponto de vista da sustentabilidade.

Na IPA, temos o Painel dos ODS que destaca diferentes iniciativas de várias editoras e associações, categorizadas por ODS.

Quais os principais desafios do setor para avançar na agenda ESG?

O principal desafio será unir todo o setor, internacionalmente, em prol de um objetivo comum. Cada mercado possui seu próprio regime regulatório e seus obstáculos.

Como acontece com a maioria dos trabalhos em diferentes setores, a questão também será se conseguiremos agir rápido o suficiente.

Além de implementar ações sustentáveis, como o setor pode contribuir para o debate do tema?

Temos a capacidade de impulsionar as conversas em torno dos ODS para uma variedade de públicos. O Clube do Livro dos ODS, por exemplo, mostrou que existem ótimas obras que lidam com temas relacionados aos ODS de uma forma acessível para os jovens.

Que mensagem gostaria de deixar para o setor editorial?

Eu gostaria muito de encorajar a todos os editores mundo afora a darem o primeiro passo, mesmo que seja um passo pequeno. Assinem o Pacto dos Editores pelos ODS, identifiquem um aspecto do seu negócio em que possam focar para obter melhorias e, então, não ajam sozinhos. Trabalhem com associações locais para compartilhar as lições que aprenderam e busquem aprender com outros editores que também estejam trilhando esse caminho.

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

Quando se trata da dimensão ambiental do modelo ESG, o objetivo mais geral de uma organização, independentemente de seu porte, deve ser o de eliminar ou reduzir os impactos negativos de suas atividades e, por consequência, os riscos associados a eles. Esse é um passo essencial para que as operações e o negócio sejam sustentáveis no longo prazo.

Há impactos comuns a grande parte das companhias e setores da economia, como emissão de gases do efeito estufa e geração de resíduos. De forma semelhante, existem questões relacionadas a atividades de gestão e suporte, que acontecem dentro dos escritórios, mas também envolvem trabalho externo, com deslocamentos de carro e avião, por exemplo.

Ao mesmo tempo, é possível identificar oportunidades específicas associadas à produção do livro e, portanto, ao longo da cadeia de valor do setor editorial. Por fim, cada empresa pode traçar objetivos ambientais específicos, de acordo com seu perfil, o trabalho que realiza, seus públicos de interesse e até as características do local em que está instalada.

Com tal gama de possibilidades a explorar, é fundamental entender os impactos ambientais atuais de sua empresa, realizando uma avaliação abrangente de seu desempenho ambiental nas áreas relevantes de suas operações. Depois disso, vem a etapa de estabelecer prioridades e metas realistas e definir como alcançá-las, incluindo planos de melhoria.

Fique ligado

Ao avaliar os possíveis impactos ambientais das atividades de sua empresa, tenha em mente que talvez você não precise partir do zero. Muito provavelmente há práticas, até mesmo cotidianas, que já estão na direção certa e podem ser aproveitadas, ampliadas ou aperfeiçoadas.



Oportunidades da cadeia de valor

Analisar a cadeia de valor do setor editorial pode ajudar empresas e profissionais a identificarem perspectivas diferentes a fim de otimizar processos, evitar desperdícios, reduzir custos e obter ganhos de eficiência que, além de favorecer o negócio, trazem benefícios diretos e indiretos ao meio ambiente.

Isso significa rever todas as etapas do percurso do livro até chegar às mãos dos leitores, incluindo autores, fornecedores, gráficas, transportadoras e assim por diante. O próprio Pacto dos Editores da IPA (veja pág.14) menciona a importância da colaboração e das parcerias no desenvolvimento e na implementação de ações e soluções inovadoras.

Nesse contexto, um enfoque igualmente relevante é o da gestão de riscos, que devem ser mapeados, avaliados e mensurados em todos os elos da cadeia. Além dos riscos próprios de cada empresa, pode ser necessário levar em conta aqueles relativos às atividades de fornecedores, prestadores de serviço e parceiros de negócio.

Fique ligado

A inovação é um elemento central para buscar novos processos, abordagens alternativas e melhorias incrementais a fim de responder às demandas da sustentabilidade, em especial no campo ambiental. Vale promover a criatividade estimulando um ambiente em que as equipes se sintam à vontade para propor novas ideias e até testá-las sem medo de um eventual fracasso.

Nesse movimento em direção à inovação, tenha em mente que as mudanças tecnológicas e a oferta de produtos com menor impacto ambiental crescem a cada dia. Nada é definitivo nesse campo. O importante é estar atento às novidades e estudar como implementar mudanças.

Independentemente de avaliações e esforços específicos, há algumas frentes que já despontam como fontes de oportunidades de ganhos ambientais, inclusive com benefícios diretos aos negócios, como a otimização de custos:

Papel: avanços permanentes nesta área abrem caminho para um alinhamento crescente com as melhores práticas ambientais (veja texto específico a seguir).

Projeto gráfico e especificações: economia de recursos e energia podem ser obtidos, por exemplo, na escolha do formato do livro – a fim de minimizar o desperdício de papel –, na adoção de processos sustentáveis para encadernação, no desenho de produtos sem plástico ou na utilização de recursos não derivados do petróleo. A escolha da fonte utilizada nos textos, por sua vez, pode reduzir o tamanho do livro sem prejudicar a legibilidade, impactando toda a cadeia de produção, distribuição e venda. A questão da durabilidade também deve ser considerada. Por exemplo, os laminados plásticos para capas de livros são mais duráveis, mas ecologicamente menos favoráveis do que o verniz de máquina, principalmente em formulações à base de água; e as capas duras são mais robustas, mas menos sustentáveis. Em alguns casos, inclusive, pode ser desejável ter livros mais frágeis, mas que sejam fáceis de reciclar.

Incentivo à economia circular: este é um conceito pertinente no combate ao desperdício e ao excesso de resíduos – que ganha cada vez mais força em diversos setores de atividade. É interessante apoiar a doação de livros usados a bibliotecas, escolas e organizações comunitárias, por exemplo, a fim de prolongar a vida útil de cada exemplar, e, de igual modo, facilitar a reciclagem daqueles que chegaram ao fim de sua vida útil, em parceria com cooperativas de catadores e outras iniciativas comunitárias. Além disso, no processo produtivo do livro, é decisiva a preocupação com o desperdício de papel, inclusive das rebarbas ou aparas, que podem ser reaproveitadas ou destinadas a subprodutos, entre eles materiais de papelaria.

Outros materiais: tintas, colas, acabamentos e laminados levam geralmente ingredientes materiais poluentes e não renováveis. Vale conhecer mais sobre materiais alternativos, ecologicamente corretos, e estudar o impacto ambiental e de custos em parceria com as gráficas para tomar uma decisão mais consciente.

Impressão: uma alternativa que ganha força é a impressão com tinta à base de água. Além disso, a impressão digital vem evoluindo e pode ser uma opção em alguns casos, como em tiragens menores e para preencher lacunas no estoque.

Consumo de energia: gráficas devem assegurar a eficiência energética de seus equipamentos e, idealmente, buscar fontes de energia renovável – se não diretamente, por meio do mercado livre de energia, que também pode resultar em redução de tarifas. Essa também é uma opção para os escritórios, considerando as características de consumo e fornecimento de energia de cada empresa.

Embalagens: cada vez mais é possível buscar alternativas renováveis ao uso de plástico e outros materiais não sustentáveis.

Transporte: representa um impacto ambiental importante em razão da emissão de gases do efeito estufa. Porém, o desafio é grande devido às dimensões do país e ao predomínio das rodovias. Uma possibilidade é promover eficiência logística, particularmente quanto a volumes transportados e escolha de rotas. No caso de viagens aéreas, é sempre recomendável procurar reduzir o número de voos. Caso não seja possível, buscar formas de compensação pode ser uma opção.

Divulgação: também neste aspecto, uma das questões principais são os materiais utilizados nas peças, além do eventual desperdício e da geração de lixo. Estude formas de recolher amostras ou procure informar sobre o correto descarte desses materiais.

Resíduos: é bastante recomendável contar com um sistema de gestão de resíduos, que inclua desde a reutilização de embalagens até a destinação do lixo reciclável gerado no dia a dia. Nos escritórios, procure fazer a destinação correta de todos os resíduos e, se possível, recorra a serviços especializados de gestão do lixo. Tudo que se produz em um escritório pode ter destinação correta, desde a reciclagem de papéis até a conversão em biomassa de resíduos orgânicos.

Descarte de eletrônicos: no momento de substituir computadores e impressoras, procure centros especializados em receber, reciclar ou recuperar esses equipamentos. Eles podem voltar para uso como doação ou serem desmontados para aproveitamento de componentes.

Consumo de água: um futuro sustentável passa necessariamente pelo consumo racional de água. Comece pela identificação e pelo monitoramento das principais fontes de uso de água em suas operações, a fim de avaliar oportunidades de redução e otimização. Ganhos são obtidos frequentemente por processos mais eficientes, manutenção preventiva e mudança de comportamento das pessoas.

Gases de refrigeração: práticas seguras de manuseio e armazenamento, para evitar vazamentos e minimizar os riscos à saúde e ao meio ambiente, são fundamentais.

Quando chega o momento da substituição ou do descarte de equipamentos de refrigeração, deve-se ter em mente a reciclagem ou recuperação dos gases de refrigeração de forma adequada. Há, inclusive, serviços de reciclagem certificados.



Consumo de papel

A indústria de papel se destaca pela oferta de matérias-primas de origem sustentável, com energia renovável e taxas significativas de reciclagem. No Brasil, o setor de celulose e papel cultiva para seu consumo mais de três milhões de hectares de árvores, estimulando o desenvolvimento florestal sustentável e comprando madeira de empresas reflorestadoras e de produtores independentes qualificados. Além de plantar árvores para uso industrial, preserva áreas de matas naturais.

Mais recentemente, vem ganhando força a tendência de utilizar papel certificado, ou seja, que reconhecidamente tenha sido produzido de forma mais sustentável e responsável. Existem várias certificações disponíveis e as mais conhecidas são o Forest Stewardship Council (FSC), o Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC) e, no âmbito nacional, o Certificação Florestal Brasileira (CERFLOR).

Na prática, as certificações garantem que o papel é proveniente de florestas manejadas de forma sustentável, nas quais são respeitadas as leis ambientais e os direitos trabalhistas. Em paralelo, podem incluir requisitos para a conservação da biodiversidade, a proteção de áreas sensíveis e a redução do impacto ambiental das operações florestais.



Certificações florestais

Saiba mais

Essas iniciativas têm o objetivo de promover práticas de manejo de florestas que sejam ambientalmente apropriadas, socialmente benéficas e economicamente viáveis; garantir a rastreabilidade dos produtos até a origem da madeira e apoiar a estratégia de comercialização de produtos certificados.

O FSC é uma organização independente, sem fins lucrativos, fundada em 1994 a partir da necessidade de garantir a conservação ambiental e o desenvolvimento sustentável das florestas em todo o mundo.

Já o CERFLOR é uma iniciativa nacional de certificação florestal, cujas normas são elaboradas no âmbito da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e têm suas aplicações geridas pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro). É endossado pelo PEFC, uma organização independente, não governamental, sem fins lucrativos, criada em 1999.

Também é importante saber que há dois tipos de certificações: a de manejo florestal, que garante que a madeira utilizada é oriunda de uma floresta manejada de forma responsável, e a de Cadeia de Custódia, que traz a rastreabilidade da matéria prima certificada, passando por todas as etapas de transformação, desde a floresta até o consumidor final.



Gestão e suporte

As funções de gestão e suporte, essenciais ao funcionamento de qualquer companhia, apresentam cotidianamente diversas chances de consumo racional de energia e de diminuição no uso de plástico e papel, entre outros itens. Um foco de atenção devem ser os deslocamentos e as viagens, tanto de carro como de avião, cogitando medidas como:

- priorização de automóveis movidos a etanol ou híbridos;
- apoio ao emprego de meios de transporte alternativos;
- limitação das viagens de avião, principalmente as internacionais.

Compensação de carbono

Saiba mais

Empresas comprometidas com a sustentabilidade devem buscar sempre a redução expressiva das emissões de carbono, mas nem sempre isso é viável. Nesses casos, há alternativas, como a compensação. Trata-se de um sistema que permite reduzir o impacto das emissões de gases do efeito estufa. Essa compensação das emissões é realizada por meio de iniciativas de redução ou captura de carbono. Por exemplo: plantio de árvores para capturar e armazenar o carbono da atmosfera, ou mesmo a preservação de florestas já existentes, evitando que sejam desmatadas e liberem carbono.

Outra possibilidade é a compra de créditos de carbono, equivalentes às suas emissões, ajudando, assim, a financiar projetos sustentáveis.

Sustentabilidade no varejo

No contato direto com os consumidores, as livrarias têm inúmeras oportunidades de se associar à sustentabilidade, tanto em relação ao meio ambiente quanto às questões sociais que afligem o público. Assim, podem fortalecer a imagem e a reputação da empresa, atrair clientes conscientes e engajar colaboradores e ainda se posicionar na liderança de um movimento que, crescentemente, toma conta dos diversos ramos varejistas.

Na dimensão ambiental, faz toda diferença a forma como as lojas lidam com materiais como papel, embalagens, artigos plásticos, assim como no que diz respeito ao uso consciente da energia elétrica. Gestão de resíduos, uso de energia de fontes renováveis, gestão de água e uso de gases de refrigeração não danosos ambientalmente são outras das ações que se pode implantar no ambiente físico das livrarias.

A criatividade também deve ser um diferencial — por exemplo, utilizar seu espaço para ações variadas, como coleta de material para reciclagem, promoção de debates e apresentação de boas práticas.

Divulgação de temas ambientais

De acordo com o Pacto dos Editores pelos ODS da IPA, o setor editorial tem a missão de promover conteúdo que aborde os temas dos ODS, como igualdade, sustentabilidade, justiça e preservação do meio ambiente. Trata-se de disseminar conhecimento, fomentar o debate sobre temas como a escassez de recursos naturais e a crise climática e combater a desinformação. Esse trabalho pode começar pelas crianças, despertando nelas o interesse pelo futuro sustentável do planeta.



AÇÕES SOCIAIS

A atuação social no âmbito do modelo ESG é bastante abrangente: inclui da promoção da diversidade à responsabilidade social por meio de ações que contribuam para o bem-estar da comunidade, passando pelos cuidados com a saúde e a segurança dos colaboradores. No caso do setor editorial, é possível acrescentar ainda a contribuição que editoras, distribuidoras e livrarias devem dar à divulgação de temas como a equidade e a liberdade de expressão, pilares da atuação da CBL.

Em todos esses aspectos, não se trata de minimizar efeitos prejudiciais de atividades, mas de gerar impacto social positivo. Em outras palavras, por meio de ações concretas e práticas de gestão, o mundo editorial pode desempenhar um papel relevante na construção de uma sociedade mais justa, equitativa e sustentável.

Essa atuação se dá, fundamentalmente, em relação a três públicos de interesse: os colaboradores, a comunidade e a sociedade em geral. Apesar da multiplicidade de potenciais ações, alguns temas se impõem e trazem ótimas oportunidades de trabalho efetivo.

Bibliodiversidade

Saiba mais

Um conceito que vem ganhando força é o da bibliodiversidade. A ideia é promover maior diversidade no mundo editorial, traduzida na representação de diferentes identidades étnicas, religiosas, linguísticas e regionais, assim como dos vários gêneros literários e das inúmeras formas de expressão linguísticas e dos muitos temas que preocupam a sociedade nos dias de hoje.

Um benefício bastante evidente da bibliodiversidade é o fato de propiciar que um número maior de leitores se reconheça nas páginas dos livros. Isso vale tanto para os adultos — que consomem obras de literatura, por exemplo — quanto para a formação de crianças e jovens, por meio das bibliotecas escolares e do trabalho realizado em sala de aula.



Desenvolvimento e cuidados com os colaboradores

A oferta de empregos de qualidade e oportunidades profissionais contribui, por si só, para o bem-estar social das comunidades onde estão inseridas as empresas. Mas é preciso ir além, ajudando no crescimento das pessoas, por meio de planos de desenvolvimento individual (pessoal e profissional) e da disponibilização de cursos de capacitação. Esse desenvolvimento, por sua vez, precisa acontecer em ambiente de trabalho saudável, seguro e inclusivo.

Diversidade, inclusão e equidade

Um dos temas centrais da agenda das empresas comprometidas com o modelo ESG, em todos os setores de atividade, é como promover a diversidade, a inclusão e a equidade, dentro e fora da organização. Em uma sociedade tão diversa como a brasileira é decisivo estimular uma cultura mais inclusiva.

Isso implica promover a diversidade em todos os níveis da organização — da base à alta direção —, abrangendo igualdade de gênero, etnia, idade, orientação sexual e habilidades. Assim como em outros elementos do modelo ESG, esse é um desafio que deve ser visto pela perspectiva dos benefícios, não da obrigação. E aí são muitos os estudos que mostram que a maior diversidade impulsiona a inovação, além de decisões mais conectadas com o mosaico de perspectivas, hábitos e preferências que constituem a sociedade.

Busque assegurar um ambiente plural, em que todos possam alcançar seu potencial máximo e sejam valorizados por suas próprias habilidades. Medidas concretas englobam ainda a construção de uma cultura inclusiva, por meio de normas e campanhas de sensibilização, e o suporte de treinamentos.

Fique ligado

Mais mulheres na liderança

Para saber como aumentar a diversidade no setor editorial, na prática, vale muito conhecer uma iniciativa que ganha cada vez mais espaço internacionalmente: o PublisHer, um movimento que busca enfrentar a desigualdade de gênero. Entre as questões a serem superadas, uma das mais significativas é a falta de mobilidade e progressão de carreira, o que, de fato, impede as mulheres de avançarem das atividades operacionais para os cargos estratégicos.

A promoção da diversidade e da inclusão internamente na organização contribui de forma efetiva para uma maior equidade. Esse princípio, porém, também deve se traduzir em políticas de remuneração justas e transparentes e benefícios acessíveis a todos os funcionários. Para além das fronteiras da empresa, critérios semelhantes devem ser adotados em relação aos fornecedores e prestadores de serviços.

Saiba mais

Livros acessíveis

A acessibilidade no país é prevista em vários instrumentos legais, como a Lei Brasileira de Inclusão. Está garantida à pessoa com deficiência, por exemplo, o direito à cultura e ao entretenimento em igualdade de oportunidades. Na prática, isso significa o acesso a bens culturais, como o livro em formato acessível — arquivos digitais que possam ser reconhecidos e acessados por softwares leitores de telas ou outras tecnologias assistivas que vierem a substituí-los —, permitindo leitura com voz sintetizada, ampliação de caracteres, diferentes contrastes e impressão em Braille. A CBL apoia iniciativas no sentido de assegurar a acessibilidade do livro.

Responsabilidade social

A responsabilidade social pode ser compreendida como o conjunto de práticas que permitem que a empresa faça diferença para as comunidades em que está inserida e para a sociedade em geral, o que envolve condução dos negócios, gestão corporativa e projetos específicos.

Um passo primordial é o respeito e a proteção aos direitos humanos em todas as operações e cadeias de suprimentos, combatendo a discriminação, o trabalho infantil e outras violações.

Iniciativas de infraestrutura, saúde, educação e cultura têm condições de influenciar diretamente o desenvolvimento socioeconômico e a qualidade de vida dos moradores. Consequentemente, também são obtidos resultados na redução das desigualdades sociais, gerando, portanto, maior equidade.

O processo de elaboração e implementação de ações em cultura e educação é tão importante quanto os objetivos em si. As iniciativas são sempre bem-vindas, mas para que sejam mais eficientes e alcancem melhor o público, procure estabelecer um diálogo aberto, contínuo e transparente e, acima de tudo, a escuta ativa, com respeito, empatia e sensibilidade em relação às necessidades, preocupações e interesses das comunidades. Desse modo, é possível formatar um relacionamento de longo prazo, mais produtivo do que realizações pontuais.

Vale para todos

A responsabilidade social deve perpassar toda a cadeia de valor do livro. Editoras, distribuidoras e livrarias devem seguir princípios de responsabilidade e têm a oportunidade de implementar iniciativas sociais, conforme as especificidades de seus negócios e públicos de interesse. Parcerias com organizações sem fins lucrativos constituem um caminho para diagnosticar demandas e priorizar ações de maneira efetiva.

Educação

Pela conexão natural com o livro e a leitura, investimentos em educação são um meio natural para as empresas do setor editorial. Além de suprir lacunas específicas, projetos educacionais aumentam as chances de emprego e, portanto, de evolução social.

Nesse sentido, destaca-se a educação inclusiva, que se baseia no propósito de garantir que crianças e jovens, independentemente de suas características individuais, tenham acesso a um ensino de qualidade, respeitando diferenças e necessidades individuais. Trata-se de uma abordagem especialmente valiosa para crianças com deficiência. Vale observar projetos desse tipo, que frequentemente envolvem parcerias entre diferentes partes interessadas, incluindo governos, escolas, organizações da sociedade civil e outras empresas.

Conteúdo que faz a diferença

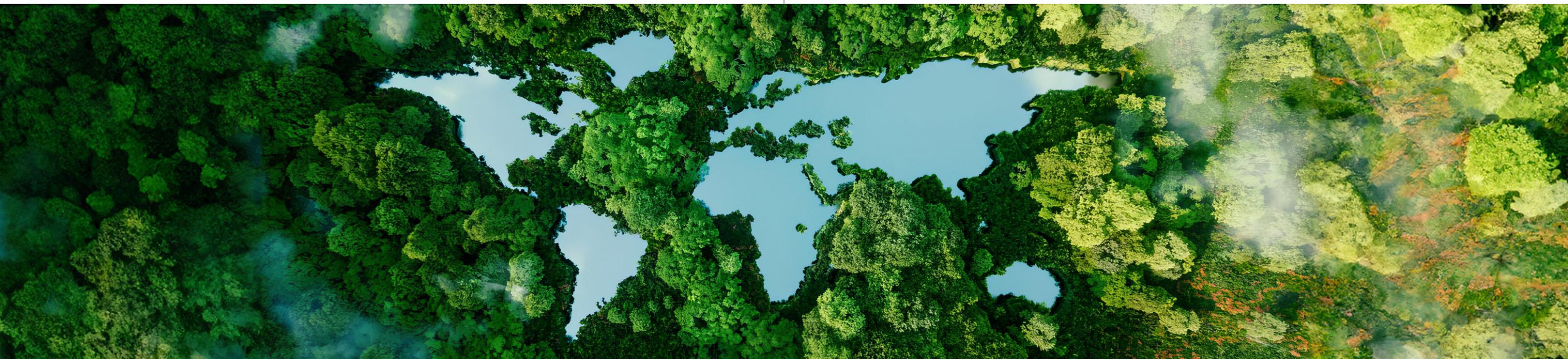
O livro é, sem dúvida, um poderoso instrumento para a construção de uma sociedade e de um planeta melhores. A diversidade de autores, temáticas e formatos, entre outros aspectos, responde de forma proativa a uma demanda crescente por representação e inclusão por parte dos leitores e de grupos da sociedade. Assim, empresas da cadeia de valor do livro colhem, ao mesmo tempo, o benefício de atender a demandas sociais e reforçar suas marcas e seu posicionamento de mercado.

Liberdade de expressão

Igualmente importante é a defesa da liberdade de expressão, condição essencial para a disseminação do conhecimento, o debate e o progresso que a sociedade almeja. Recentemente, a CBL esteve entre as entidades signatárias de uma declaração internacional pela liberdade de expressão. “É responsabilidade e missão dos editores, livreiros e bibliotecários, por meio de seu julgamento profissional, dar pleno significado à liberdade de leitura, proporcionando a todos acesso às obras dos autores”, afirma o documento.

Papel social do livro

Diretamente ou por meio de entidades representativas, como a própria CBL, é importante que todas as empresas que façam parte da cadeia produtiva do livro atuem para cumprir plenamente a responsabilidade social do setor editorial: na geração de emprego e renda; na divulgação de informações e na transmissão de conhecimento; na educação de crianças, jovens e adultos; na livre expressão das múltiplas vozes que compõem a sociedade; na promoção de debates que respeitem os princípios democráticos; e em outras inúmeras frentes.





GOVERNANÇA E INTEGRIDADE

A governança é essencial para garantir que as empresas atuem de forma sustentável, com responsabilidade socioambiental, e possam gerar benefícios a todos os seus públicos de relacionamento, para além das fronteiras corporativas. Em grande medida, é o como do modelo ESG.

Por meio das práticas de governança, as organizações criam estruturas e processos que conferem transparência à tomada de decisão, incluindo as que afetam ações ambientais e sociais. Essa mesma transparência deve estar presente nos acordos ao longo da cadeia de valor, de preferência com a devida formalização.

Medidas que favorecem a boa governança incluem a definição de políticas claras, a prestação de contas e a conformidade com leis, regulamentações e padrões de conduta. A governança eficaz também traz vantagens para as companhias ao ajudar a mitigar riscos e proteger a reputação da marca e da alta liderança.

A integridade desempenha um papel especial na agenda de governança no modelo ESG. A adesão a princípios éticos e a adoção de mecanismos que assegurem o cumprimento das normas reforçam os vínculos de confiança na cadeia de valor da empresa, assim como entre investidores, clientes, colaboradores e a comunidade em geral.

Fique ligado

As boas práticas de governança não são assunto apenas para as corporações de maior porte. Embora as grandes empresas geralmente tenham estruturas mais complexas, pequenas e médias empresas podem se beneficiar de medidas e ações adequadas ao modelo ESG, correspondentes a seu tamanho, sua estrutura societária e suas atividades, por exemplo.

Instâncias de governança

Um dos propósitos da governança é levar a uma gestão mais eficaz, responsável, transparente e, geralmente, não concentrada em apenas algumas poucas mãos. As instâncias de governança funcionam como instrumentos fundamentais para alcançar esse objetivo, com seus sistemas decisórios, de controle e de fiscalização.

Um bom exemplo, adotado por boa parte das grandes companhias, é o Conselho de Administração independente, responsável por definir a estratégia da empresa e supervisionar a gestão executiva. Em empresas menores, por sua vez, um Conselho Consultivo, formado por especialistas externos, pode ser uma valiosa ajuda na orientação estratégica e na redução de riscos, por exemplo. Igualmente importante para a governança é um órgão de controle interno. É o caso da auditoria interna e da área de compliance.

Assim, como primeiro passo, é preciso entender o contexto da sua organização e, a partir dessa avaliação, desenhar um modelo de governança que possa funcionar bem. Vale levar em conta aspectos como tamanho e complexidade da empresa, características das atividades e do negócio, necessidades específicas, estrutura, cultura organizacional e até mesmo os objetivos de longo prazo.



Compliance

No modelo ESG, a existência de um esforço efetivo de compliance é um fator essencial. Trata-se, na prática, de “estar em conformidade”, garantindo o cumprimento de normas e legislações.

Nas grandes empresas, as atividades de compliance costumam fazer parte de programas de integridade, juntamente com o Código de Ética, as políticas corporativas e um canal de denúncias, baseado na confidencialidade e no encaminhamento ágil dos relatos recebidos. Igualmente comum é a elaboração de políticas anticorrupção, que destacam o relacionamento com agentes públicos. Para disseminar a cultura da ética e da integridade, são decisivos os treinamentos, as campanhas internas e as ações de monitoramento dos progressos alcançados.

Porém, mesmo pequenas empresas podem se beneficiar da designação de um profissional — ou mesmo uma liderança — dedicado às atividades de compliance, com conhecimento e experiência na área regulatória, em especial no que diz respeito ao que afeta o setor editorial. Acima de tudo, deve contar com autonomia para tomar decisões sem interferências internas indevidas, nem pressões externas, incluindo medidas disciplinares, assim como revisões de políticas e procedimentos.

Saiba mais

Lei anticorrupção

Instituída em 2013, conhecida também como Lei da Empresa Limpa, tornou-se um dos principais focos de trabalho da área de Compliance em todas as empresas. Na prática, demanda que as organizações intensifiquem a criação de normas internas, a disseminação dos valores éticos, os mecanismos de controle e as punições. Também estabelece que as empresas podem ser responsabilizadas por atos de corrupção, independentemente de culpa ou dolo.

Código de ética

Uma iniciativa acessível a organizações de todos os tamanhos e perfis é a construção de um Código de Ética, que desempenha um papel bastante relevante na consolidação de uma cultura que promove a integridade e a transparência, enviando ao mercado uma mensagem clara de compromisso com as melhores práticas de governança. No caso de empresas de menor porte, com estrutura de gestão mais enxuta, esse pode ser um passo ainda mais decisivo.

A decisão de contar com um Código de Ética pode trazer benefícios desde o processo de elaboração do texto, permitindo a participação, em determinadas etapas, dos colaboradores e até mesmo de outros públicos de relacionamento. Trata-se de uma abordagem que reforça os vínculos de confiança e abre caminho para o engajamento necessário ao cumprimento das normas.

Uma vez concluído e validado pela liderança da companhia, o Código de Ética terá a função primordial de definir os padrões de conduta para todos que atuam na organização e também para terceiros, estabelecendo a distinção objetiva entre os comportamentos esperados e aqueles que não são aceitáveis. Serve de guia para eventuais dilemas éticos, ao estabelecer, por exemplo, procedimentos para lidar com situações em que interesses pessoais podem entrar em conflito com os interesses da empresa.

Os códigos de conduta trazem ainda, geralmente, o compromisso da organização com a livre concorrência e a livre iniciativa, e não apenas por meio do respeito à legislação do país. Um capítulo específico sobre o tema deve trazer normas sobre publicidade, prática de preços, relações comerciais, entre outras.

Fique ligado

Junto com a elaboração do Código de Ética, um trabalho intenso de comunicação dos princípios de integridade e respeito às leis é algo intrínseco à implementação de uma agenda ESG. Políticas e normas são muito importantes, mas fazem diferença à medida que alcançam as pessoas no exercício cotidiano de suas atividades.

LGPD

Uma legislação que vem desafiando as empresas em geral, e particularmente aquelas que lidam com conteúdo, é a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). O impacto para o setor editorial envolve:

- Dados de colaboradores e outros atores do processo editorial (autores, tradutores, revisores, por exemplo): a LGPD garante que essas informações sejam protegidas de forma bastante rigorosa.
- Leitores e consumidores: também têm seus dados protegidos. As informações devem ser processadas de maneira transparente, com o consentimento dos titulares.
- Ações de marketing: continuam permitidas, mas precisam se adequar. Em linhas gerais, é fundamental manter a transparência sobre a coleta e o tratamento de dados, sempre solicitando o consentimento do titular.



EVENTOS MAIS SUSTENTÁVEIS

Feiras, exposições, congressos e outros eventos envolvem uma grande variedade de materiais, recursos e processos. Por isso mesmo, são uma oportunidade de mostrar o compromisso com a sustentabilidade por meio de medidas práticas. Confira algumas dicas.



Prefira materiais reciclados e recicláveis, ou que possam ser reutilizados em outros eventos.



Sempre que possível, priorize pequenos fornecedores locais.



Utilize equipamentos e mobiliário que servirão em edições futuras do seu evento.



Garanta que os fornecedores usem tecnologia moderna e eficiente no consumo de energia.



Divulgue com transparência dados do evento relacionados aos aspectos ambientais, sociais e de governança.



Tente minimizar o emprego de embalagens.



Planeje com antecedência a destinação de tudo o que vai usar no seu estande e o descarte adequado dos resíduos.



Busque fazer a compensação das emissões de carbono dos voos.



Procure recorrer a carros elétricos para o transporte nas proximidades do evento.



Promova a diversidade durante o evento.



Divulgue os ODS e temas de sustentabilidade.



Utilize critérios de acessibilidade no local do evento, em palestras e em materiais impressos, por exemplo.



Disponibilize lixeiras de coleta seletiva.



Também prefira iluminação LED.



Não deixe de desligar as luzes à noite.

REFERÊNCIAS E INDICAÇÕES

Pacto dos Editores pelos ODS

<https://sdg.internationalpublishers.org>

<https://sdg.internationalpublishers.org/sdg-publishers-compact/>

Pacto Global

<https://www.pactoglobal.org.br/>

Carbon Disclosure Project (CDP)

<https://www.cdp.net/en>

Global Reporting Initiative (GRI)

<https://www.globalreporting.org/>

CBL – Clube de Leitura

<https://www.cblservicos.org.br/clube-de-leitura-ods/obras-selecionadas/>

Two Sides

<https://twosides.org.br/>

Plataforma Liderança com Valores

<https://ideiasustentavel.com.br/lideranca-com-valores/>

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC)

<https://www.ibgc.org.br/>

Todos Pela Educação

<https://todospelaeducacao.org.br/>

Alana Lab

<https://alana.org.br/alana-lab/>

DIRETORIA CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO BIÊNIO 2023/2025

Presidente

Sevani Matos | VR Editora

Vice-Presidente Administrativo e Financeiro

Diego Drumond | Faro Editorial

Vice-Presidente de Comunicação e Sustentabilidade

Luciano Monteiro | Santillana / Ed. Moderna

Vice-Presidente de Operações

Hubert Alquéres | BCMD Participações

Diretores Editores

Carolina Riedel | Editora Pensamento Cultrix

Daniel Pinsky | Editora Pinsky / Editora Contexto

Henrique Farinha | Editora Évora

Diretores Livreiros

Marcus Teles | Leitura Distribuidora e Representações

Rute Pedri | Distribuidora Curitiba de Papéis e Livros

Samuel Seibel | Livraria da Vila

Diretores Distribuidores

Julio Cesar Augusto Sesma da Cruz | Catavento

Distribuidora de Livros

Paulo Victor de Carvalho Oliveira | Inovação

Distribuidora de Livros

Vitor Tavares | Distribuidora & Livraria Loyola

Diretores Creditistas

Antonio Erivan Gomes | Telos Editora

Karine Pansa | Girassol Brasil Edições

Patricia Amorim | Editora Vale das Letras

Diretores Suplentes

Alfredo Weiszflog | Editora Melhoramentos

Iã Paulo Ribeiro | Edições SESC São Paulo

Mara Cortez | Cortez Editora e Livraria

Miriam Gabbai | Callis Editora

COMISSÃO ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE) DA CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO

Coordenação

Luciano Monteiro | Santillana / Ed. Moderna

Membros

Cinthia Favilla | Câmara Brasileira do Livro

Fernanda Garcia | Câmara Brasileira do Livro

Flávia Alves Bravin | Grupo Cogna

Gerson Ramos | Editora Planeta

Sevani Matos | VR Editora

Viviane Lima | Suzano Papel e Celulose

FICHA TÉCNICA

Coordenação editorial

Luciano Monteiro

Conteúdo

Fernando Leal

Revisão de texto

Interteia Comunicação

Isadora Pinheiro

Projeto gráfico | Editoração

Via Impressa Design Gráfico

Carlos Magno Bomfim

Jailton Leal



**Câmara
Brasileira
do Livro**

-  www.cbl.org.br
-  [@camaradolivro](https://www.facebook.com/camaradolivro)
-  [@cbloficial](https://www.instagram.com/cbloficial)
-  [@cbl_oficial](https://twitter.com/cbl_oficial)
-  [camara brasileira do livro](https://www.linkedin.com/company/camara-brasileira-do-livro)

Rua Cristiano Viana, 91
Pinheiros São Paulo SP 05411-000
Telefone: (11) 3069-1300