

O “Código Brasileiro de Governança Corporativa – Companhias Abertas” – oportunidade de autoconhecimento e de aproximação do Mercado

por: Emerson Drigo e Edina Biava¹

Incorporado à regulação do Mercado por meio da ICVM 586, entrou em vigor em 08.06.2017 o Código Brasileiro de Governança Corporativa – Cias. Abertas (o “CBGC”), código este elaborado no âmbito do GT Interagentes².

De aplicação progressiva³, o Informe sobre o CBGC tem suscitado dúvidas – e mal-entendidos – no Mercado, em especial junto às áreas de RI e Jurídicas das companhias. Neste sentido, mostra-se de extrema importância a adequada compreensão do CBGC e de sua aplicação, não como “mais uma obrigação” ou “gabarito” a ser preenchido para “aprovação ou reprovação” das companhias pelo regulador, mas sim como uma “janela de oportunidades”.

Primeiramente, em vista do prazo final para a entrega do primeiro Informe sobre o CBGC (31.07.2018), as companhias teriam a oportunidade (e, parece-nos, deveriam aproveitá-la) de promover, ao longo de quase um ano, profundos debates internos, envolvendo suas diversas áreas – incluindo RI, Jurídico e, por que não, Marketing –, no sentido de daí extrair, com clareza e objetividade, a definição de seus fins e dos métodos utilizados para atingi-los. Certamente tal processo se mostraria muito útil para que as companhias, buscando melhor entender sua atuação e relacionamento com seus públicos-alvo, pudessem buscar meios para melhor se inserir em seus mercados.

Na sequência, concluído seu processo de autoconhecimento, traz esse Informe oportunidade ímpar de levar informação clara e objetiva aos públicos-alvo das companhias, inclusive com a defesa clara de entendimentos destas que não se enquadrem no “senso comum”.

Ora, nada impede que certa companhia, entendendo que uma “melhor prática” indicada pelo CBGC não se mostra uma “boa prática para sua realidade”, defenda nesse Informe seu ponto de vista. E nada impede que seus investidores concordem com tal ponto de vista

¹ Emerson Drigo, membro da Comissão Técnica do IBRI e sócio do escritório Vieira, Drigo e Vasconcellos Advogados, e Edina Biava, membro da Comissão Técnica do IBRI e consultora de Governança Corporativa e Relações com Investidores do grupo MZ, ambos representantes do IBRI na elaboração do CBGC, no âmbito do GT Interagentes.

² Composto por onze entidades – ABRAPP, ABRASCA, ABVCAP, AMEC, ANBIMA, APIMEC Nacional, [B³] (à época da edição do CBGC, ainda BM&FBOVESPA), BRAIN - Brasil Investimentos e Negócios, IBGC, IBRI e Instituto IBMEC – representativas de diferentes segmentos do Mercado de Capitais, contando com a CVM e o BNDES como observadores.

³ A partir de 01.01.2018 para as Companhias cujos valores compuserem a carteira dos índices IBrX-100 ou IBOVESPA (da [B³]), e de 01.01.2019 para as demais Companhias listadas na categoria A.

e a premiem, com uma melhora no valor de seus papéis.

Citemos, p.ex., o princípio “Cada ação deve dar direito a um voto” do CBGC. O que impediria uma companhia com controle bem definido de justificar sua não adoção por: i. seu(s) controlador(es) ser(em) altamente especializado(s) na área de atuação desta; e ii. a conferência de voto a preferencialistas não lhes garantir poder efetivo de decisão? E, ainda, de expor as vantagens econômicas conferidas às ações sem direito a voto como compensação pela renúncia a esse direito?

Afinal é de “renúncia” (voluntária), e não “supressão” (imposta), que se trata a opção feita por acionista que adquire ações sem direito a voto (mas com vantagens econômicas) em lugar de ações com tal direito, já que acionista algum poderia ser obrigado a adquirir ações sem direito a voto.

Longe de defender posição fechada em relação a assunto tão complexo e polêmico, merecedor de reflexão mais profunda, o que se quer ilustrar é que o CBGC não impõe limites (se não os do bom senso e da boa-fé) às companhias para exporem e defenderem seus pontos de vista.

Se possível resumir a aplicação do CBGC a uma palavra, esta seria: CONFIANÇA. Confiança gerada pela clareza de propósitos e métodos adotados pelas companhias e comunicados ao Mercado. Confiança gerada pela sincera autoavaliação e exposição das companhias ao Mercado. Confiança do Mercado que, diante de respostas claras, objetivas e sinceras das companhias, tende a apreciar o valor atribuído aos seus papéis.