



XVII ENANPUR

SÃO PAULO • 2017



Antecipação, “Gestão” e “Resolução” de conflitos: estratégias empresariais de contenção da contestação social

Anticipation, "Management" and "Resolution"
of conflicts: corporate strategies to contain
social countercharge

Luis Régis Coli, IPPUR /UFRJ, regiscoli@hotmail.com

RESUMO

O trabalho se propõe a analisar as práticas e discursos que orientam a ação empresarial na “antecipação” dos processos de contestação social de suas atividades, assim como os mecanismos alternativos de “solução de conflitos” que visam garantir a “legitimidade pública” de empresas que, mesmo provocando grandes impactos socioambientais, se apresentam como praticantes da “responsabilidade social corporativa” e adeptas do chamado “ambientalismo empresarial”. O artigo se inicia discutindo os métodos empresariais de “antecipação da contestabilidade social” e de prevenção da conflituosidade sob o escopo de adoção das práticas de “responsabilidade social corporativa”, dos chamados “códigos de conduta” e das atividades de empresas que se afirmam “ambientalmente responsáveis”. As contradições que envolvem os discursos e práticas do Banco Mundial quanto ao “tratamento” de conflitos ambientais são avaliadas posteriormente e seguidas pelas considerações finais.

Palavras Chave: Estratégias empresarias de contenção da conflituosidade; “Responsabilidade Social Corporativa”; “Ambientalismo Empresarial”

INTRODUÇÃO

Este trabalho se propõe a analisar as práticas e discursos que orientam a ação empresarial na “antecipação” dos processos de contestação social de suas atividades, assim como os mecanismos alternativos de “solução de conflitos” que visam garantir a “legitimidade pública” de empresas que, com este objetivo, se apresentam como praticantes da “responsabilidade social corporativa” e adeptas do chamado “ambientalismo empresarial”. O artigo se inicia discutindo os métodos empresariais de “antecipação da contestabilidade social” e de prevenção da conflituosidade sob o escopo de adoção das práticas de “responsabilidade social corporativa”, dos chamados “códigos de conduta” e das atividades de empresas que se afirmam “ambientalmente responsáveis”. As contradições que envolvem os discursos e práticas do Banco Mundial quanto ao “tratamento” de conflitos ambientais são avaliadas posteriormente e seguidas pelas considerações finais.

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA, “PREVENÇÃO” DE CONFLITOS E “ANTECIPAÇÃO” DA “CONTESTABILIDADE SOCIAL”

Tem sido marcante, nos últimos anos, os esforços realizados por grandes corporações empresariais que objetivam “prevenir” e “antecipar” os possíveis conflitos gerados pelas consequências de suas atividades. O uso de tecnologias de antecipação possui, na atualidade, papel fundamental no conjunto de práticas adotadas por empresas que querem evitar as vias judiciais e, principalmente, uma maior regulação, através de acordos obrigatórios e imposições legais, de suas formas de operação. Desta maneira, empresas cujo funcionamento tende a causar impactos socioambientais estão entre as maiores adeptas dos “acordos voluntários” e das políticas de “responsabilidade social”.

Tendo como fio comum, entre suas várias definições, a “natureza voluntária” de suas “boas práticas”, as iniciativas de “Responsabilidade Social Corporativa” - RSC são comumente classificadas como “socialmente responsáveis” por não serem realizadas sob a obrigatoriedade de agências governamentais ou instituições intergovernamentais, pois seriam “voluntariamente perseguidas”, especialmente através de seus “códigos de conduta corporativa” (Rowe, 2005, p.123). Tais códigos de conduta começaram a se disseminar durante os anos 1970, após um período de crescente desconfiança sobre muitas das maiores empresas transnacionais dos Estados Unidos que, principalmente entre 1975 e 1976, tiveram reveladas ao grande público práticas de suborno, lavagem de dinheiro, apoio a golpes de Estado, dentre outras atividades ilegais. A desconfiança pública nas corporações contribuiu, à época, para um ambiente favorável à regulamentação que poderia vir a ser aproveitado pelos movimentos trabalhistas e demais movimentos sociais. Em 1976, a Comissão das Nações Unidas sobre Empresas Transnacionais tornou prioritária a formulação, adoção e implementação de um projeto para um código de conduta abrangente e juridicamente vinculativo sobre Empresas Transnacionais, o que levou os países do Norte a responder com uma aparente concessão: as *Diretrizes da OCDE sobre Empresas Multinacionais*, um código de conduta de caráter voluntário (Rowe, 2005).

Os esforços dos países ricos em desarticular as negociações de um código obrigatório para as empresas transnacionais acabaram por ser bem sucedidos e, em 1977, ele já havia sido transformado em um mecanismo voluntário. Ainda assim, mesmo quase concluído em 1981, as negociações foram paralisadas e o projeto praticamente abandonado em um curto período de tempo. As Diretrizes da OCDE, portanto, foram usadas para impedir o controle obrigatório que pretendia se estabelecer sobre as transnacionais através da ONU: “O ano de 1976 marca assim a

entrada do código de conduta voluntário para o repertório estratégico do mundo dos negócios” (Rowe, 2005, p.129). Nas décadas que se seguiram, o código de conduta corporativa tornou-se uma das respostas empresariais preferidas às ameaças aos lucros oferecidas pelas possibilidades de regulação obrigatória. Seja em resposta à crítica direta ou na luta para evitá-la, as empresas trabalharam intensamente na década de 1990 para conter a crescente frustração com os abusos corporativos. Neste período, todos os grandes códigos corporativos foram elaborados por empresas de relações públicas, na esteira de uma série de investigações que ganharam notoriedade midiática:

O Código do Wal-Mart chegou depois que surgiram relatos de que as suas fábricas fornecedoras em Bangladesh estavam usando trabalho infantil; O Código da Disney nasceu da “revelação do Haiti”¹; A Levi’s escreveu sua política como uma resposta aos escândalos envolvendo trabalho prisional. Sua finalidade original não foi produzir reformas, mas “amordaçar os grupos de vigilância *offshore*” (KLEIN, 2000, p. 440 *apud* ROWE, 2005, p.139).

Sob o receio de que os “códigos de boas práticas” pudessem ser impostos pelas autoridades públicas, e desejosos de não estarem sujeitas às exigências de ativistas, um número crescente de empresas formulou os seus próprios códigos de conduta e de regulação, que foram complementados por vários tipos de padrões de desempenho formulados por organismos particulares, tais como a Organização Internacional de Normalização (ISO), bem como por noções de “cidadania corporativa”, propostas tanto por governos quanto por grupos privados (LIPSCHUTZ, 2005).

Diante do cenário contemporâneo, marcado pela incapacidade - ou indisposição - dos governos em conter o avanço da mercantilização sobre as mais distintas esferas da vida social, certos direitos acabam tornando-se indisponíveis como um bem público geral, sendo, ao invés disso, fornecidos por atores privados. Logo, a empresa, e não o Estado, torna-se a garantidora desses direitos através de documentos e compromissos sem estatuto legal ou ético. O ator privado passa a ser responsável por assegurar que tais direitos sejam providos, embora não seja tão evidente a quem se referem tais direitos, se aos “consumidores” ou aos “trabalhadores”. A partir de uma base “autorregulada”, estes acordos pretendem “garantir” a proteção dos direitos da sociedade e a preservação da “natureza”.

No entanto, o que estes acordos realmente fazem é privatizar direitos dentro de uma cadeia mercantil corporativa específica. Nestas circunstâncias, o Estado fracassou em sua suposta tarefa de assegurar que os direitos em questão estejam disponíveis para todos, enquanto as corporações parecem fornecer esses mesmos direitos aos seus empregados como um bem privado. Estes direitos, no entanto, dificilmente são universais. Se demitido, um trabalhador perde os direitos fornecidos pela empresa, e é improvável que o Estado intervenha para restabelecê-los. [...] O desaparecimento da política e do político², e sua substituição pela política através dos mercados, é uma consequência da lógica aparentemente natural da globalização, mas tal desaparecimento não é nem inevitável nem necessário. Argumentos sobre eficiência e redução de despesas são destinados a apelar para contribuintes acossados cujos interesses são assumidos como estando alinhados aos

¹ Caso em que foram revelados as precárias condições de trabalho e os salários irrisórios recebidos por trabalhadores haitianos na fabricação de produtos para a companhia Disney naquele país. Ver <http://www.globallabourrights.org/alerts/disney-in-haiti-are-human-rights-campaigns-necessary>.

² Aqui usado como adjetivo.

daqueles que reduziriam os gastos com os bens públicos (especialmente aqueles bens sem benefícios evidentes para o contribuinte no curto prazo). O fato de que a privatização equivale a uma transferência de riqueza dos cofres públicos para beneficiários privados, sem contabilização proporcional dos custos sociais impostos a todos, não é mencionado (LIPSCHUTZ, 2005, p. 61).

Na atualidade, é comum que toda grande empresa possua um código de conduta ou, ao menos, faça menção a compromissos com a “responsabilidade social” em seu *site* e nas suas publicações para os acionistas. A própria “responsabilidade social corporativa” - RSC, por sua vez, tornou-se uma indústria em crescimento e mais um meio de enfraquecimento e deslegitimação da ação sindical. Segundo Dwight Justice, integrante da *International Confederation of Free Trade Unions – ICFTU*:

A RSC moveu-se de um conceito para se tornar uma indústria na qual surgiram consultores e empresas, oferecendo serviços de RSC para o mundo dos negócios. Entre esses serviços estavam a *auditoria e o relatório sociais*, bem como serviços de “avaliação de risco”.... A preocupação sindical com esta indústria considera que ela está ajudando o mundo dos negócios na redefinição das expectativas da sociedade, ao invés de responder aos sindicatos (2002, p.99 *apud* ROWE, 2005, p.139).

As críticas à RSC oriundas dos sindicatos não são as únicas dentre as organizações civis. Lipschutz (2005), por exemplo, também lembra a repercussão - particularmente no mundo anglo-americano - provocada pela publicação, em 2004, de um documento da organização britânica *Christian Aid*³, intitulado *Behind the Mask: The Real Face of Corporate Social Responsibility*. Ao analisar certas questões envolvendo a *Coca-Cola* (uso de água de lençóis freáticos em Kerala, Índia), a *Shell* (a partir de sua atuação na Nigéria) e a *British American Tobacco* (em análise das condições de trabalhadores sob contrato no Brasil e no Quênia), o documento se posiciona a partir da seguinte perspectiva:

A *Christian Aid* está afirmando que a RSC é uma resposta totalmente inadequada para o impacto por vezes devastador que as empresas multinacionais podem ter em um mundo cada vez mais globalizado - e que ela é, na verdade, usada para mascarar esse impacto. Como resultado, aqueles que mais sofrem são as pessoas pobres e vulneráveis dos países em desenvolvimento, assim como os ambientes em que vivem. O mundo dos negócios, além disso, tem constantemente usado a RSC para bloquear tentativas de estabelecer a regulamentação internacional obrigatória das atividades das empresas. Seu argumento básico é que a RSC mostra o quão comprometidas já estão as corporações em se comportar de forma responsável e que a introdução de regulamentação obrigatória poderia destruir essa boa vontade. Os líderes empresariais também estão constantemente dizendo que a regulação é ruim para os seus lucros - as duas afirmações não estão, é claro, desconectadas (CHRISTIAN AID, 2004, p.2).

Reforçando o caráter estratégico de tais iniciativas empresariais, Dupuis (2007) afirma que a gestão “socialmente responsável” pode ser caracterizada como um modelo para gerenciar de modo antecipatório a contestabilidade econômica e social. Tal modelo de gestão constituir-se-ia para integrar os princípios do “desenvolvimento sustentável” ao nível da empresa; ele seria uma espécie de “tradução microeconômica” do “desenvolvimento sustentável” que buscaria conciliar desempenho econômico, social e ecológico, com o objetivo de oferecer um paradigma gerencial

³ <http://www.christianaid.org.uk/index.aspx> .

proeminente que representaria uma alteração em comparação ao modelo de gestão tecnocrática (Dupuis, 2007). Para Dupuis, a análise em termos de “contestabilidade” permite que se avance na compreensão acerca das características econômicas e institucionais que determinariam a “sensibilidade” das empresas à ameaça de contestação social, assim como de seu grau de “obsolescência moral”, considerando-se que uma forte exposição tenderia a incitar as empresas a implementar atividades voluntárias de proteção que concretizar-se-iam supostamente através de uma “melhoria da qualidade social e ecológica dos seus produtos”(2007, p.133).

Nesse aspecto, o trabalho de Godard (1993) constituiu-se em um ponto de referência para análises posteriormente centradas nas estratégias antecipatórias de gestão da contestabilidade, ao buscar, a partir da articulação entre a teoria dos “mercados contestáveis” (*marchés contestables*) e a conceituação de *legitimidade*, tal como compreendida por Boltanski e Thévenot, desenvolver a perspectiva de uma “legitimidade contestável” (*légitimité contestable*):

A teoria dos mercados contestáveis considera a possibilidade de que empresas oligopolistas tenham interesse em adotar um tipo de comportamento competitivo em resposta à ameaça de entrada de potenciais concorrentes na indústria. A variável chave não seria o número de empresas em concorrência efetiva num setor, mas a existência de barreiras e custos específicos de entrada e saída de empresas em uma indústria. Portanto, não é necessário que o mercado seja competitivo para que a pressão da concorrência faça com que seus efeitos sejam sentidos e que a alocação de curto prazo seja a ideal. É essa idéia da eficácia regulatória de uma ameaça de contestação de uma posição econômica que nos propomos a utilizar deste modelo para compreender certos processos de internalização (GODARD, 1993, p.153).

O segundo ingrediente incorporado a esta representação teórica, por conseguinte, consiste na “coação de legitimidade” (*contrainte de légitimité*) que age sobre as atividades empresariais e as organizações econômicas. Esta exigência responderia ao fato de que os produtos, atividades e empresas necessitariam passar pelo crivo da aceitabilidade pública antes que possam ser tratados sob a ótica da racionalidade econômica:

Em um sistema puro de legitimidade racional-legal, este teste é desempenhado no campo da conformidade ao direito, na medida em que os fundamentos deste último são aceitos e que as disposições em vigor permitam que se arbitrem claramente as situações: produtos ou atividades podem ser proibidos quando se prova que são muito perigosos para a segurança das pessoas ou para um interesse público qualquer; as atividades consideradas imorais podem sofrer o mesmo destino. No entanto, em uma sociedade mutante e complexa que combina, como é o caso atualmente (Boltanski e Thévenot, 1991), uma pluralidade de sistemas de legitimidade, a simples conformidade ao direito existente não é mais suficiente para garantir a segurança de uma empresa contra questionamentos futuros. Por um lado, as leis podem ser alteradas; por outro, as organizações econômicas têm que levar em conta, de qualquer maneira, a *opinião pública*, que, através dos meios de comunicação, e sob o efeito das pressões de certas organizações (sindicatos, associações de defesa dos consumidores, etc.), é capaz de influenciar a interpretação e aplicação do quadro legal ou a dinâmica de mercado dos produtos que oferecem (GODARD, 1993, p.153).

Sendo assim, o “direito” que as empresas teriam de executar determinadas atividades ou levar produtos ao mercado é considerado como um *direito contestável* por procedimentos políticos (tal como a proibição) ou econômicos (por exemplo, a deserção de compradores). Levando em conta este fator de legitimidade, não basta apenas às empresas combinar de forma “ótima” os “fatores

de produção”, elas precisam gerir as *questões de legitimidade*, isto é, se envolver em uma espécie de “gestão pública” (*management public*) (GODARD, 1993). A teoria da “gestão contestável” de uma atividade econômica não implica, nesse sentido, um contexto de ação que tornaria inteiramente previsível a evolução das regras do jogo, pois assume que os agentes tomam decisões em um “universo controverso”. Este contexto de decisão não só é caracterizado pela existência de assimetria de informações entre os agentes, mas também pela existência de incertezas, onde as relações causais que justificam as decisões dos agentes econômicos não têm objetividade definitiva. Estas relações podem ser confrontadas com a emergência de outros pressupostos que a ela se contrapõe, pois, tomados literalmente, tais pressupostos poderiam justificar decisões substancialmente diferentes, colocando em causa as escolhas estratégicas feitas pelos operadores industriais. Em um “universo controverso”, a legitimidade social da atividade industrial - incluindo a das atividades consideradas tecnicamente inovadoras - pode, portanto, ser afetada quando diferentes hipóteses científicas mantêm uma suspeita sobre a segurança ambiental e sanitária dos locais de produção e/ou sobre os produtos oferecidos pelas empresas (HOMMEL, 2006).

Na medida em que tais hipóteses contraditórias possam vir a se propagar, elas acabam por contribuir para a elaboração de representações sociais acerca da atividade industrial que instigam a possibilidade de se considerar o trabalho da empresa como uma fonte de risco para a coletividade. Neste contexto, as iniciativas de empresas que visam “maximizar” seu “desempenho ambiental” correspondem a uma gestão de sua “legitimidade pública” (HOMMEL, 2006, p. 15). Logo, é possível perceber a incorporação, particularmente no que se refere às empresas cujas atividades possibilitem questionamentos em termos de impactos sociais, ambientais e sanitários, de ações que visam antecipar possíveis contestações e conflitos ao conjunto mais amplo de estratégias empresariais de investimento. Para uma empresa industrial, qualquer aquisição de ativos pesados - ou mesmo dos que não são assim considerados - que envolva uma imobilização custosa que só possa ser recuperada no longo prazo, passa a ser percebida como o vetor potencial de uma incapacidade para se reorganizar sem perdas caso se realizem algumas ameaças de contestação. Ao levar em conta uma fonte potencial de custos que não podem ser recuperados em seu horizonte de compromissos, as empresas que operam em um setor no qual as escolhas dos ativos condicionam sua entrada no mercado incorporam, portanto, tais ameaças em suas estratégias de investimento (HOMMEL, 2006).

Outra questão que também se relaciona à “gestão antecipada da contestabilidade”, anteriormente mencionada, são as estratégias comumente aplicadas por indústrias pesadas, como, por exemplo, a indústria química, assim como por empresas de biotecnologia envolvidas no desenvolvimento de organismos geneticamente modificados para uso agrícola. Empresas que se utilizam largamente dos discursos de certa *expertise* científica para legitimar suas ações e lhes dar credibilidade, pois na medida em que suas escolhas privadas afetam, em grande escala, a dimensão técnica e física da vida coletiva, elas se tornam portadoras de questões de interesse social (HOMMEL e GODARD, 2002). Uma vez que a dinâmica de suspeição passa a se concentrar em problemas de saúde e/ou ambientais, certas empresas começam a temer que denúncias possam levar à mudança de regras por parte das autoridades públicas, assim como à perda de consumidores, tomando-as como um risco e uma ameaça real para sua “segurança econômica” e jurídica. A dinâmica de contestação, ainda que possa inicialmente se apoiar sobre interesses particulares ou locais, tende a ganhar maior dimensão quando procura agregar interesses mais amplos, gradualmente buscando um interesse comum que seja suscetível de consideração via ação coletiva e pública e, em alguns casos, capaz de minar a legitimidade social das empresas a que se direcionam. Assim, é comum, segundo Adant et al. (2007), a estratégia de exploração da

controvérsia científica, na medida em que, em tal processo de antecipação da contestação social, as empresas são frequentemente confrontadas por dossiês que podem possuir informações científicas incompletas e, por vezes, contraditórias quanto à realidade objetiva dos “riscos potenciais”. Nesta situação, caracterizada pela possível existência de incertezas e de controvérsias científicas, as empresas tendem, elas mesmas, a se apoiar sobre dispositivos cognitivos – os *dispositivos da expertise* - a fim de estabilizar uma representação dos problemas a serem antecipados que uma grande parte dos atores e “partes interessadas”, e até mesmo do público, pode vir a concordar. Desse modo, o objetivo é rebater as exigências e reivindicações dos contestadores no terreno da “objetividade cientificamente estabelecida”:

Se este objetivo é alcançado, as empresas podem realmente apostar em uma certa estratégia de proteção deste risco de contestação social, cuja eficácia será medida por sua capacidade de apaziguar os fenômenos que contestam sua atividade, ou pelo menos de contê-los em uma zona marginal (ADANT et al., 2007, p.1).

Desta maneira, discussões relativas à Responsabilidade Social Corporativa e seu caráter voluntário tornam-se ainda mais problemáticas quando relacionadas aos pressupostos geralmente associados à elaboração de políticas públicas, pois a ausência de restrições globais, e o fato de que se deixe à iniciativa das empresas o direito de assumir ou não responsabilidades coletivas, permite às mesmas produzir impactos significativos sobre os lugares em que atuam, principalmente em regiões onde certas questões ambientais, sanitárias ou sociais não são objeto de qualquer regulamentação vinculativa.

Lembre-se que na Europa, antes do surgimento dos Estados modernos, a regulação sanitária e social era deixada à iniciativa do patronato. O termo “paternalismo” designa este modo de organização econômica anterior à tomada destas responsabilidades coletivas pelos Estados. Sob diferentes tipos (inspirados pela doutrina social da Igreja e especialmente pelo filantropismo secular pós-revolucionário na França), o paternalismo repousa sobre as mesmas constatações que hoje sustentam a RSC. “Todo homem tem direito à sua subsistência”, diz um manifesto filantrópico escrito em 1790. Na ausência de regulamentação coletiva, são os patrões que organizam diretamente a vida dos trabalhadores. A troca vai muito além da relação salarial. [...] O paternalismo é um movimento essencialmente conservador, que se preocupa com os perigos da extrema pobreza. Essa escola de pensamento assume o essencial da ideologia liberal, ao mesmo tempo antecipando alguns malefícios da organização econômica que dela resulta. As consequências da manufatura sobre a sociedade são uma fonte de preocupação. A indústria que enriquece a sociedade também ameaça destruir seus fundamentos: uma nova classe social que está ciente de sua condição, a concentração nas cidades de trabalhadores que ameaçam potencialmente a ordem pública, etc. Daí o interesse de se proteger através da criação de uma forma de vínculo social fundado no dom e na caridade (HOMMEL, 2006, p. 24-25).

A analogia de Hommel envolve o questionamento acerca da perenidade e generalidade das iniciativas deixadas a cargo de agentes privados, pois se a ausência de infraestruturas coletivas e públicas é considerada um obstáculo para as estratégias de desenvolvimento de certas regiões, deixa-se frequentemente às empresas o papel de “garantir” a prestação de serviços essenciais e de produzir tais infraestruturas. Uma empresa, no entanto, funciona em seu próprio horizonte de compromissos e de sua capacidade de criar riquezas, ela não tem a propensão de se ancorar em um território no qual cesse a esperança de lucros futuros. Uma vez que todos os serviços de interesse geral estão a cargo de uma empresa, a durabilidade do desenvolvimento econômico e

social sustenta-se na perenidade da “atratividade econômica” da região. Assim, a queda de “atratividade econômica” pode levá-la a reconsiderar a sua escolha de localização e a não mais assumir tais responsabilidades caso decida deslocalizar suas operações. Este modelo pode incentivar os agentes locais a buscar uma estabilização “a qualquer preço” de uma atividade econômica em uma determinada área, sem que os Estados sejam necessariamente encorajados a dar conta dos problemas coletivos, enquanto as empresas assumem estas responsabilidades por delegação (HOMMEL, 2006).

Já ao analisar o predomínio de abordagens com fortes características funcionalistas / positivistas nos trabalhos que versam sobre a RSC, El Akremi et al. (2008) destacam o recurso à existência de uma suposta convergência entre diferentes questões no campo econômico, social e ambiental, que aponta não apenas para a compatibilidade de interesses das “partes interessadas”, mas também para um pressuposto de que a eficiência econômica é equivalente à eficiência social e ecológica. A noção de RSC, desta maneira, refere-se claramente à ideia de que as empresas devem assumir uma “função social” para além das suas funções econômicas que satisfaçam as “expectativas sociais”. Assim, a RSC torna-se um meio que permite reconciliar a esfera dos negócios com a esfera social, tal como regular suas interações. Além disso, afirma-se a presença de uma correlação positiva entre o desempenho social e o desempenho financeiro da empresa. A demonstração de um nexo de causalidade entre estes dois tipos de desempenho é, conforme El Akremi et al. (2008), o principal objetivo da pesquisa “funcionalista” sobre a RSC. Como indicado anteriormente, a RSC é muitas vezes apresentada como um instrumento de marketing externo capaz de melhorar a reputação, a imagem e, portanto, o desempenho comercial da empresa. Logo, “sobre o plano ideológico, a abordagem funcionalista da RSC se apresenta como um discurso de legitimação do capitalismo, que procura justificar a dominação hierárquica de um grupo (os capitalistas ou ocidentais) sobre outros grupos” (EL AKREMI ET AL, 2008, p. 71).

Ademais, embora se proponha a pensar as atribuições “sociais” do mundo dos negócios, tal abordagem não define um quadro normativo que caracterize o que seria o “papel” das empresas na sociedade, capaz de determinar se certas atividades são aceitáveis ou não de um ponto de vista “ético”. Seu objetivo implícito é principalmente produzir um saber técnico sobre as formas em que as empresas operam e garantir a sua sobrevivência em um ambiente altamente competitivo, assegurando ao mesmo tempo os interesses particulares dos intervenientes mais poderosos, sem que seus problemas sejam eticamente desafiados (SCHERER e PALAZZO, 2007, *apud* EL AKREMI ET AL, 2008).

Segundo Jones (1996), o discurso da responsabilidade social estaria dominando as discussões acadêmicas sobre a interface negócios-sociedade (*business-society interface*), tendo alcançado este status dominante apesar das importantes pesquisas empíricas que mostram que a gestão profissional continua a pensar e agir, em grande medida, em termos tradicionais de maximização do lucro. Logo, o discurso de responsabilidade social contribui para a hegemonia ideológica na qual os arranjos institucionais contemporâneos são retratados como se servissem ao interesse geral, ao passo que, na verdade, eles servem aos interesses de uma minoria. Nesse sentido, o discurso da responsabilidade social mistifica as forças essenciais de condução da atividade empresarial, bem como as pressões a que estão sujeitas as empresas individuais e os tomadores de decisão. Esta mistificação trabalha para cooptar e / ou dispersar potenciais forças de contraposição; por exemplo, Jones, ironicamente, afirma que se alguém realmente acreditasse que o mundo dos negócios é socialmente responsável, que razão plausível poderia haver para apoiar as regulamentações governamentais ou quaisquer outras medidas que incidam sobre as atividades “benevolentes” e “iluminadas” da gestão profissional? O princípio de gestão

paternalista por trás da responsabilidade social serviria, assim, também para legitimar a dominação hierárquica, ao invés de encorajar o pluralismo democrático:

Em suma, o conceito de responsabilidade social sugere um capitalismo “mais gentil”, que não requer a vigilância de forças de contraposição para mantê-lo honesto porque ele (o capitalismo) é essencialmente benigno, ou pelo menos pode sê-lo através de mecanismos procedimentais existentes. Postular um capitalismo que aja voluntariamente em conformidade com os princípios da responsabilidade social é absurdo. Isso retorna a discussão ao meu ponto central: O discurso da responsabilidade social é viável apenas na ausência de uma compreensão fundamentada da economia política capitalista. Por outro lado, sugerir que as organizações empresariais irão se comportar de forma socialmente responsável, como resultado da pressão externa exercida por forças de contraposição (por exemplo, trabalhadores, Estado, ambientalistas) é uma posição muito diferente, teoricamente mais plausível e empiricamente sustentável. Mas tais ações de contraposição são desnecessárias se a responsabilidade social se torna uma verdadeira força motriz do comportamento empresarial (JONES, 1996, p. 34).

Já pesquisadores como Cederström e Marinetto (2013) ressaltam o foco dominante, na literatura sobre RSC, dado aos “problemas práticos” em detrimento de questões contextuais mais amplas: “Uma orientação pragmática se distingue por sua ignorância sobre questões estruturais. Ela vai olhar para problemas particulares - tais como a pobreza - e argumentar que a melhor maneira de resolver esses problemas é através da intervenção, principalmente voluntária, das corporações” (p.422). Em outros termos:

Para eles não há uma única classe operária que seja explorada na atualidade. Existem apenas problemas concretos a serem resolvidos: a fome na África, a situação das mulheres muçulmanas, a violência fundamentalista religiosa. Quando há uma crise humanitária na África [...] não há nenhuma razão em se engajar em uma retórica anti-imperialista à moda antiga. Em vez disso, todos nós deveríamos nos concentrar apenas no que realmente funciona para resolver o problema: envolver as pessoas, governos e o mundo dos negócios em um empreendimento comum; começar a movimentar as coisas, em vez de depender da ajuda estatal centralizada; abordar a crise de uma forma criativa e não convencional, sem se preocupar com rótulos. (ŽIŽEK, 2008, p. 18-19 *apud* CEDERSTRÖM e MARINETTO, 2013, p. 421-422).

Lyon e Maxwell (2004), por sua vez, reforçam o caráter estratégico das políticas “ambientais” para o mundo dos negócios ao analisarem o chamado “ambientalismo empresarial” (*Corporate environmentalism*), considerando-o essencialmente uma ferramenta para influenciar o comportamento dos ativistas ambientais, legisladores e reguladores, embora possa também prover benefícios auxiliares às corporações, tais como a atração de “consumidores verdes” ou a redução de custos:

Não muito tempo atrás, as iniciativas ambientais capitaneadas por empresas eram vistas por muitos executivos como os ingênuos projetos de estimação dos “abraçadores de árvores” que tinham, de alguma forma, se infiltrado no mundo corporativo e estavam se aproveitando da frouxidão administrativa para saciar suas próprias preferências particulares. Hoje, porém, há um crescente reconhecimento de que as iniciativas ambientais corporativas podem substancialmente contribuir para os lucros. Os principais executivos das 100 gigantes da Fortune, tais como Alcoa, Dow Chemical, DuPont, Ford, Home Depot, e Procter and Gamble, reconhecem a importância da estratégia ambiental corporativa e a usam para criar vantagem competitiva. A vantagem criada melhora diretamente a posição de uma empresa na esfera não-

mercantil do sentimento público e das políticas públicas e, indiretamente, melhora o desempenho na esfera mercantil das unidades vendidas e da economia de custos (LYON e MAXWELL, 2004, p. 262-263).

Segundo Bowen (2014), o “ambientalismo empresarial” define-se como um conceito genérico que capta uma ampla gama de “práticas ambientais” específicas. Estas práticas podem ser “orientadas para o produto” (*product-oriented*), como quando as empresas desenvolvem produtos que sejam de alguma forma “mais verdes”, ou “orientadas para o processo” (*process-oriented*), tais como iniciativas que visam reduzir o desperdício ou aumentar a eficiência dos recursos. A noção de ambientalismo empresarial inclui também investimentos em sistemas de gestão, isto é, investimentos na infraestrutura interna que afetam o modo como a produção é gerenciada. Os *managers* costumam descrever uma variedade de práticas - de rótulos ecológicos a sistemas de reciclagem para a compra de créditos de carbono - como “ambientalismo empresarial”, que também incluiria, por seu turno, o envolvimento da empresa na proliferação de normas de gestão ambiental, elaboração de relatórios ambientais, parcerias, associações industriais, programas de treinamento de funcionários, consórcios e convenções de negócios, que são todos relacionados à oferta de melhorias no “desempenho ambiental” de uma empresa (BOWEN, 2014).

No âmbito da produção agrícola, as críticas crescentes à agricultura convencional e industrializada não se refletem apenas em maior pressão sobre o agronegócio, mas também são muitas vezes percebidas como novas oportunidades para estratégias de negócios “sustentáveis”, abrindo “nichos de mercado” para produtos “ecologicamente corretos”. Os motivos envolvidos nas respostas do agronegócio para as preocupações ambientais oriundas de determinados setores da sociedade são diversos. Estes podem incluir uma estratégia para diminuir a resistência social e política de grupos de pressão que se colocam contra os seus métodos de produção ou seus produtos ou, tal como ocorre em outras áreas, pode ser que as empresas tenham que cumprir as normas ambientais ou melhorar a sua “gestão ambiental” a fim de evitar regulamentos novos e mais rigorosos. Ademais, internamente, as empresas podem lucrar com o “ambientalismo” se conseguirem “capturar” o “consumidor verde”, estendendo ou renovando sua gama de produtos para incluir alimentos orgânicos, ou ainda tentando convencer compradores de que seus produtos são mais *environmentally-friendly* do que os dos seus concorrentes, a fim de manter ou ampliar sua participação no mercado (JANSEN e VELLEMA, 2004).

Estas iniciativas, entretanto, parecem associar-se ao contexto mais amplo dos processos de *mercantilização da diferença* e da *autenticidade* que caracterizaram as transformações do capitalismo nas últimas décadas, tal como apresentadas por Boltanski e Chiapello (2009), e que representaram sua resposta – visando a endogenização da demanda - à intensa reivindicação de diferenciação e de desmassificação que marcou o fim da década de 1960 e o início da de 1970 nos países mais ricos. Praticando-se a cooptação via mercantilização, transformaram-se em “produtos” – com preço e possibilidade de troca mercantil – bens e práticas que antes se localizavam fora do mercado:

É o processo mais simples pelo qual o capitalismo pode reconhecer a validade de uma crítica e adotá-la, integrando-a nos dispositivos que lhe são próprios: os empresários, ouvindo a reivindicação expressa pela crítica, procuram criar produtos e serviços que a satisfaçam e possam ser vendidos. [...] Foram assim introduzidas modificações na produção em massa para que esta pudesse *propor bens mais diversificados*, destinados a terem vida mais curta e sofrerem mudanças mais rápidas (pequena produção em série, multiplicação das opções oferecidas ao consumidor...), em oposição aos produtos padronizados do fordismo. Nessa nova oferta, os empresários viram uma possibilidade de lutar contra a saturação dos mercados, aguçando o apetite

dos consumidores pelo fornecimento de produtos de “qualidade”, oferecendo ao mesmo tempo mais segurança e maior “autenticidade” (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p. 444).

A mercantilização do que antes era considerado “autêntico”, contudo, tende a levantar suspeitas, tais como as direcionadas, durante os anos 1990, ao “marketing ecológico”, uma prática que havia se desenvolvido em várias direções:

A primeira direção consistiu em patrocinar campanhas para a proteção do meio ambiente e em divulgá-las por meio de um emblema (mecenato ecológico). Mas era tentador também recorrer à publicidade ecológica que enfatizasse os esforços feitos para tornar os produtos menos poluentes e nocivos, melhorar sua produção no sentido de maior respeito ao meio ambiente ou facilitar sua eliminação no fim do seu ciclo de vida. [...] Mas, rapidamente, os consumidores se tornaram cada vez mais céticos em relação a argumentos desse tipo. A reação dos especialistas em marketing ecológico consistiu em tentar desmercantilizar suas campanhas, recorrendo a especialistas externos, autoridades públicas, comissões pluralistas, associações de ambientalistas ou institutos de etiquetagem, solicitando auditorias ecológicas a escritórios que dispusessem de instrumentos para tanto (Vigneron, Burstein, 1993), a fim de “construir credibilidade” perante os “cães de guarda ambientais” (Bennett, Frierman, George, 1993). Parece, porém, que a perda de credibilidade do marketing ecológico decorria não só do uso de argumentos bem pouco fundamentados ou do fato de que um produto promovido pela publicidade como menos poluente sob certo aspecto podia ser mais poluente sob outro aspecto omitido, mas também porque a própria linguagem da ecologia foi transformada em argumento comercial. *A mercantilização bastaria para criar dúvidas sobre a realidade e sobre o valor dos produtos ecológicos* (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p. 451-452).

Seguindo o caminho dos estudos que se concentram em refletir sobre a natureza da *crítica* - principalmente os de Boltanski e Chiapello (2009) - Cederström e Marinetto (2013) sugerem que esta sofreu transformações consideráveis sob a ótica empresarial, pois ainda na época em que a crítica era largamente vista como uma ameaça potencial que poderia causar significativos danos simbólicos, algumas empresas começaram a fazer dela parte do seu próprio vocabulário, como se isso as tornasse mais progressistas, tal como atores socialmente conscientes na economia global. E de maneira semelhante aos autores francófonos e suas análises sobre a “gestão da contestabilidade”, afirmam que, para examinar este artifício de forma mais aproximada, deve-se lembrar que, tradicionalmente, as empresas têm sido conhecidas por empregar duas estratégias amplas e parcialmente sobrepostas para evitar a atenção indesejada: a gestão de riscos e a gestão de reputação:

Na gestão de riscos, as empresas procuram escapar do fogo cruzado através da ponderação e avaliação das suas atividades mais perigosas, tanto preventivamente (ao avaliar os riscos potenciais de antemão) e retroativamente (ao minimizar ou suprimir a crítica após o fato). Na gestão da reputação, a corporação vai longe para proteger ou melhorar a reputação de sua marca, através, por exemplo, da doação de fundos para as comunidades locais, ou o patrocínio de ONGs - em suma, se envolvem em qualquer atividade que se passe como socialmente responsável com o objetivo de reconstruir ou melhorar a sua reputação (CEDERSTRÖM e MARINETTO, p. 426).

Não obstante, estes autores argumentam que, na atualidade, poder-se-ia identificar uma terceira estratégia, que se baseia na gestão de reputação, mas que seria mais pró-ativa em sua natureza, pois se diferenciaria dos exemplos anteriores por não tentar se distanciar da crítica. Pelo contrário, é uma estratégia que faz com que as corporações, em um período de crise na qual aumentam as contestações ao sistema nos próprios países que protagonizam o capitalismo global, busquem se colocar como se estivessem do mesmo lado da crítica social. Para Cederström e Marinetto (2013), elas se alinham com as críticas para dissociar-se de empresas vistas como eticamente irresponsáveis, de normas institucionais consideradas falhas, ou até mesmo do próprio sistema capitalista, utilizando-se de uma retórica e imagética supostamente anticapitalista e contracultural, como foi o caso dos fundadores da *Ben & Jerry's Ice Cream*, que apoiaram ativamente o movimento *Occupy Wall Street*, ou da *Mercedes Benz*, através do seguinte episódio:

Um exemplo revelador é como a Mercedes Benz utilizou recentemente a fotografia icônica de Alberto Korda do líder rebelde argentino Che Guevara, um símbolo da contracultura e do anti-capitalismo, para promover o uso compartilhado de automóveis. O presidente da Mercedes Benz, Dieter Zetsche, apresentou a nova iniciativa durante um show anual da Consumer Electronics. Com a foto de Che Guevara projetada ao fundo (e com o logotipo da Mercedes Benz em sua boina), Zetsche disse que alguns dos “colegas ainda pensavam que o compartilhamento de automóveis beirava o comunismo”, após o que ele retoricamente respondeu: “Mas se esse é o caso, viva la revolución”. Este golpe de relações públicas causou muita controvérsia, e na sequência de uma torrente de indignação, a empresa-mãe da Mercedes, Daimler, pediu oficialmente desculpas, afirmando “não tolerar a vida ou as ações desta figura histórica [Che Guevara] ou a filosofia política por ele defendida” (CEDERSTRÖM e MARINETTO, p. 426)⁴.

A “RESOLUÇÃO NEGOCIADA DE CONFLITOS” COMO ESTRATÉGIA DE DOMINAÇÃO

O Grupo Banco Mundial - GBM tem sido, há vários anos, um importante ator de difusão dos discursos que pretendem articular os primados do crescimento econômico às práticas aparentemente consideradas como ambientalmente “sustentáveis”, sendo reconhecidamente um protagonista internacional das tecnologias de produção de “consensos” que minimize ou elimine os entraves que projetos e investimentos de grande porte possam enfrentar diante de seus possíveis impactos sobre ambientes e populações:

Pretende-se assim promover uma ação de antecipação, capaz de capturar os movimentos de contestação ao padrão dominante de desenvolvimento no interior do que se tem chamado de “modernização ecológica”, noção que designa o processo pelo qual as instituições políticas internalizam preocupações ecológicas no propósito de conciliar o crescimento econômico com a resolução dos problemas ambientais, dando-se ênfase à adaptação tecnológica, à celebração da economia de mercado, à crença na colaboração e no consenso (ACSELRAD, 2010, p.107).

O incremento na utilização de mecanismos alternativos para a resolução de conflitos ambientais tem sido discutido pelo GBM há alguns anos, como forma de abordar os problemas gerados pelos projetos que financia e evitar que os mesmos alcancem as vias judiciais. Durante a elaboração de sua “estratégia ambiental”, em 2010, um documento com o título de *Environmental and Social*

⁴ Ver também <http://www.foxnews.com/us/2012/01/13/mercedes-benz-apologizes-for-use-che-guevara-photo-to-promote-its-vehicles.html> .

Conflict Resolution Mechanisms (WORLD BANK, 2010) defendia uma maior institucionalização interna dos chamados mecanismos de resolução de conflitos sociais e ambientais, que declaravam pretender desenvolver a habilidade do Banco para:

- Abordar as preocupações dos indivíduos ou grupos afetados por projetos apoiados pelo Banco logo após essas preocupações tornarem-se aparentes.
- Aumentar a consciência pública dos projetos e dos seus objetivos e aumentar o envolvimento das partes interessadas (*stakeholders*).
- Reduzir os atrasos na execução dos projetos ao lidar com desafios previsíveis relacionados às queixas dos cidadãos no início do ciclo de vida de um projeto.
- Dar sugestões práticas para equipes de projeto, permitindo-lhes assim serem mais responsáveis, transparentes e sensíveis aos beneficiários.
- Diminuir a probabilidade de fraude e corrupção.
- Melhorar os resultados sociais e ambientais dos projetos apoiados pelo Banco.
- Contribuir para a consecução das metas de redução da pobreza do Banco (WORLD BANK, 2010, p.iii).

Não obstante o caráter vago de boa parte dos princípios acima mencionados, percebe-se a priorização, por parte do GBM, da necessidade em se tratar *todos* os conflitos de forma mais breve possível no interior de sua estrutura organizacional, evitando assim interpelações judiciais que possam representar atrasos nos projetos por ele financiados, constituindo-se:

[...] um sistema que ajudaria a medir cuidadosamente o desempenho, neste caso, o número real e a destinação de todas as queixas; a instaurar processos que se adiantem melhor para ajudar a antecipar, prevenir ou evitar problemas desnecessários; **a tomar medidas concretas adicionais que se movem em direção a um nível zero de disputas não gerenciadas e tratadas com as comunidades e as partes interessadas afetadas pelos projetos nos quais o Banco se engaja** (WORLD BANK, 2010, p.16, grifos nossos).

Posteriormente, ao lançar a sua “estratégia ambiental” para o período 2012-2022, *Toward a Green, Clean, and Resilient World for All*, o GBM reafirmaria sua suposta adesão a um “novo tipo de desenvolvimento”, protagonizado em grande medida pelo setor privado e que “dá suporte para o crescimento enquanto se concentra mais na sustentabilidade e assegura que o ambiente é um fator essencial para o crescimento verde, mais inclusivo” (WORLD BANK, 2012, p.1).

Nos termos da agenda “verde”, uma prioridade-chave é a parceria global *Wealth Accounting and Valuation of Ecosystem Services (WAVES)*—Serviços de Contabilização e Avaliação da Riqueza dos Ecossistemas—, que apoia os esforços dos países para incorporar o capital natural aos sistemas de contas nacionais; e através da *Global Partnership for Oceans*—Parceria Global para os Oceanos—, o foco está voltado para o restabelecimento da saúde dos mares e

a otimização (sic) de sua contribuição para o crescimento econômico e a segurança alimentar.⁵

Estes princípios, contudo, são questionáveis não apenas pela adoção dos discursos empresariais que se dão nos moldes da Responsabilidade Social Corporativa e do “ambientalismo empresarial”, discutidos anteriormente neste trabalho, mas principalmente quando se examina o papel que o GBM tem tido na defesa dos interesses e dos investimentos de grandes corporações de mineração, petróleo e gás em alguns países da América Latina a partir de sua principal organização de resolução de conflitos, o International Center for Settlement of Investment Disputes – ICSID (Centro Internacional para a Arbitragem de Disputas sobre Investimentos).

Criado em 1966 através de um tratado multilateral que se propõe a promover acordos via conciliação e arbitragem de disputas internacionais envolvendo investimentos que opõem Estados e investidores no cenário internacional⁶, o ICSID tem recebido um número crescente de demandas nos últimos anos provenientes de grandes corporações que desejam evitar os sistemas de justiça nacionais, aproveitando-se dos acordos comerciais multi e bilaterais assinados em anos recentes que preveem a possibilidade de recursos a tribunais internacionais de mediação e arbitragem. Como revela o relatório de Sarah Anderson e Manuel Perez-Rocha, do Institute for Policy Studies, denominado *Mining for Profits in International Tribunals* (2013), até março de 2013 existiam 169 casos de investidores contra Estados pendentes no ICSID, dos quais 60 (35,7%) estavam relacionados com petróleo, mineração, ou gás. O crescimento das ações é evidente, pois no ano 2000 apenas três casos desta natureza estavam pendentes no tribunal arbitral e, só em 2012, 48 casos foram apresentados no ICSID. Destes, 17 (35,45%) relacionadas com indústrias extrativas, todos direcionados contra “países em desenvolvimento”. Durante toda a década de 1980 e 1990 houve apenas 7 destes casos apresentados ao ICSID (ANDERSON e PEREZ-ROCHA, 2013).

Em outubro de 2012, o Equador foi condenado pelo ICSID a pagar US\$1,7 bilhão mais juros à empresa estadunidense Occidental Petroleum Corporation (Oxy) por ter cancelado seu contrato operacional em 2006. A empresa apresentou a reclamação no âmbito do Tratado bilateral EUA-Ecuador, ainda em 2006, depois que o Equador acusou a Oxy de transferir indevidamente uma parte de sua produção no país para uma empresa canadense, o que ocasionou o referido cancelamento do contrato (ANDERSON e PEREZ-ROCHA, 2013). Anteriormente, em junho de 2009, A transnacional mineradora Pacific Rim, com sede no Canadá, processou El Salvador por não autorizar uma licença de extração depois que a empresa supostamente investiu milhões na exploração da mina de El Dorado, na província nordeste de Cabañas. A empresa anunciou, em 2013, que pediria US\$ 315 milhões ao governo daquele país (ANDERSON e PEREZ-ROCHA, 2013).

Em abril de 2014, mais de 300 organizações nacionais e internacionais da sociedade civil escreveram ao presidente do Banco Mundial, Jim Yong Kim, durante a sua reunião bianual em Washington, denunciando o envolvimento do banco no caso da Pacific Rim contra El Salvador. O governo salvadorenho afirmou que a empresa não conseguiu seguir os protocolos adequados para a emissão de uma licença, não possuía título para grande parte das terras consideradas para o projeto de mineração, não conseguiu garantir as autorizações ambientais adequadas e nunca chegou a apresentar o estudo de viabilidade final. Apesar do grande interesse nacional no conflito, a Pacific Rim não permitiu que os tribunais nacionais julgassem o caso, tendo apresentado, ao

⁵ Grupo do Banco Mundial Revela Novo Enfoque ao Desenvolvimento “Verde, Limpo e Resiliente”. Comunicado à Imprensa 05/06/2012. (<http://www.worldbank.org/pt/news/press-release/2012/06/05/world-bank-group-unveils-new-focus-on-green-clean-resilient-development>).

⁶ <https://icsid.worldbank.org/apps/ICSIDWEB/about/Pages/default.aspx>.

invés disso, a sua reclamação no tribunal de proteção dos investidores do Banco Mundial, o ICSID. Organizações trabalhistas, populares e de direitos humanos argumentaram ser inapropriado para o Banco Mundial, cuja missão é teoricamente aliviar a pobreza, presidir conflitos que ameaçam a auto-determinação dos países, detacando que a Pacific Rim estaria usando o mecanismo de arbitragem do Banco para subverter a governança local sobre questões críticas para o bem-estar das comunidades pobres. O Banco Mundial afirma oferecer um mecanismo de resolução de disputas neutro e de baixo custo que é inteiramente consensual, entretanto, mandatos de arbitragem construídos nos acordos comerciais e de investimento obrigam os países empobrecidos a submeter-se a sua jurisdição. A remoção, promovida pelo GBM, dos controles populares e nacionais sobre projetos locais, longe de atenuar a pobreza, ameaça as comunidades marginalizadas que são as mais frequentemente afetadas por projetos extrativistas. (CARASIK, 2014).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi explorar as contradições presentes nos discursos e nas práticas empresariais quando confrontados por situações que possam representar ameaças aos seus lucros e/ou às suas formas de operação. A presença frequente de um tom conciliatório que afirma o “consenso”, a “negociação”, “a conduta ética”, o envolvimento das “partes interessadas” ou a “responsabilidade social”, tende a dissimular métodos que visam assegurar a continuidade dos primados corporativos de maximização do poder e da lucratividade e influenciar os meios de organização popular. Como visto, os esforços em se evitar um maior controle sobre as atividades empresariais concentraram-se em legitimar as “vantagens” das “condutas voluntárias” e “socialmente responsáveis”, em um claro movimento no sentido de escapar às possíveis restrições que a constituição de um arcabouço legal internacional poderia promover. O desenvolvimento de iniciativas de “antecipação” da contestabilidade social procura conter as possibilidades de conflito geradas pelos danos sanitários e ambientais provocados por empresas que, não obstante, também podem recorrer às técnicas de “resolução negociada de conflitos” para perenizar sua atuação. Por outro lado, mecanismos de mediação e arbitragem previstos em acordos internacionais têm sido utilizados para minar a soberania de certos países, e organizações como o Banco Mundial os aplicam com o objetivo de garantir os interesses predatórios de grandes multinacionais. Ao se realizar, portanto, uma análise mais detida sobre tais pressupostos que tem orientado os procedimentos empresariais sob o capitalismo contemporâneo, é possível perceber que seus principais resultados se encontram na manutenção das relações hierárquicas de poder, riqueza e dominação, com efeitos deletérios sobre populações e países atingidos por suas ações.

REFERÊNCIAS

ACSELRAD, Henri. Ambientalização das lutas sociais: o caso do movimento por justiça ambiental. *Estudos Avançados*, v. 24, n. 68, p. 103-119, 2010.

_____. Mediação e Negociação de Conflitos Socioambientais. *Palestra proferida na Abertura do IX Encontro Temático da 4ª Câmara de Coordenação e Revisão do Ministério Público Federal*. Brasília, 2010.

- ACSELRAD, Henri; BEZERRA, Gustavo. Inserção econômica internacional e “resolução negociada” de conflitos ambientais na América Latina. ZHOURI, A. LASCHEFSKI, K.(org.). *Desenvolvimento e conflitos ambientais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, p. 35-62, 2010.
- ADANT, Ignace; GODARD, Olivier; HOMMEL, Thierry. Expertise scientifique et gestion de la contestabilité sociale en présence d'acteurs à visées stratégiques. *Lettre du management responsable*. N° 8, 2007.
- ANDERSON, Sarah; PEREZ-ROCHA, Manuel. *Mining for profits in international Tribunals*. Institute for Policy Studies. 2013.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *O novo espírito do capitalismo*. WMF Martins Fontes, 2009.
- BOWEN, Frances. *After greenwashing: Symbolic corporate environmentalism and society*. Cambridge University Press, 2014.
- CARASIK, Lauren. *World Bank tribunal threatens El Salvador's development*. Disponível em: <http://america.aljazeera.com/opinions/2014/4/el-salvador-worldbankpacificrimoceangoldmining.html>
- CEDERSTRÖM, Carl; MARINETTO, Michael. Corporate social responsibility á la the liberal communist. *Organization*, v. 20, n. 3, p. 416-432, 2013.
- CHRISTIAN AID. Behind the mask: The Real Face of Corporate Social Responsibility. 2004.
- DUPOUIS, Jean-Claude. Le management responsable comme modèle de gestion de l'obsolescence morale. *La Revue des Sciences de Gestion* 2007/1 (n°223), p. 131-135.
- EL AKREMI, Assâad et al. La responsabilité sociale de l'entreprise sous l'éclairage des critical management studies: vers un nouveau cadre d'analyse de la relation entreprise-société. *Finance Contrôle Stratégie*, v. 11, n. 3, p. 65-94, 2008.
- GODARD, Olivier. Stratégies industrielles et conventions d'environnement: de l'univers stabilisé aux univers controversés. *Insee Méthodes* 39.40 (1993), p. 145-174.
- HOMMEL, Thierry. Initiatives des entreprises à visée environnementale, sanitaire ou sociale. IDDRI. 2006.
- HOMMEL, Thierry; GODARD, Olivier. Trajectoire de contestabilité sociale et production d'OGM à usage agricole. *Économie rurale*. N°270, 2002. p. 36-49.
- JANSEN, Kees; VELLEMA, Sietze. *Agribusiness and society: Corporate responses to environmentalism, market opportunities and public regulation*. Zed Books, 2004.
- JONES, Marc T. Missing the forest for the trees A critique of the social responsibility concept and discourse. *Business & Society*, v. 35, n. 1, p. 7-41, 1996.
- LIPSCHUTZ, Ronnie D., and James K. Rowe. *Globalization, governmentality and global politics: regulation for the rest of us?*. Psychology Press, 2005.

LYON, Thomas P.; MAXWELL, John W. *Corporate environmentalism and public policy*. Cambridge University Press, 2004.

ROWE, James K. Corporate social responsibility as business strategy. In: LIPSCHUTZ, Ronnie D., and James K. Rowe. *Globalization, governmentality and global politics: regulation for the rest of us?*. Psychology Press, 2005.

WORLD BANK. *Environmental and Social Conflict Resolution Mechanisms*. WORLD BANK, 2010.

WORLD BANK. *Toward a Green, Clean, and Resilient World for All*. WORLD BANK, 2012.