

Divulgação da informação e deliberação acerca das responsabilidades social e ambiental das empresas

Information disclosure and deliberation about corporate social and environmental responsibility

*Leandro Martins Zanitelli**

Resumo: O artigo trata da divulgação de informação [*information disclosure*] como meio de melhorar os desempenhos social e ambiental de empresas e da possibilidade de aumentar e ajustar o impacto da informação mediante deliberação. Procura, assim, aproximar duas áreas da literatura: uma ocupada com o potencial da divulgação de informação para a realização de fins regulatórios, e a outra, com o ideal normativo e a eficácia da deliberação. Cotejando essas duas áreas da literatura, o artigo faz algumas considerações iniciais e levanta hipóteses para pesquisa futura sobre a deliberação como parte das estratégias de regulação social e ambiental da empresa baseadas na divulgação da informação.

Palavras-chave: Responsabilidade social empresarial. Divulgação de informação. Deliberação.

Abstract: The article addresses information disclosure as a means to improve corporate social and environmental performance and the possibility of increasing and rendering more precise the impact of information through the use of deliberative strategies. For this end, it reviews two different branches of the literature, the one dealing with information disclosure as a regulatory tool and the other constituted by work discussing normative ideals and the efficacy of deliberation. Drawing on both research traditions, the articles raises some hypotheses on the potential of deliberation as a component of information disclosure policies targeting business social and environmental performance.

* Professor Adjunto na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), em regime de dedicação exclusiva. Tem experiência em Direito Civil (ênfase em Direito das Obrigações) e em pesquisa interdisciplinar nas áreas de Direito, Filosofia Política e Economia.

Keywords: Corporate social responsibility. Information disclosure. Deliberation.

Introdução

A divulgação de informação [*information disclosure*] é tida como a terceira “onda” em regulação.¹ Por trás dela está a ideia de que certos objetivos regulatórios, como a preservação do meio ambiente e o respeito aos direitos humanos, podem ser, em alguma medida, realizados pela mera divulgação de informação e, portanto, sem que a lei prescreva aos atores regulados uma determinada conduta (como é característico da regulação de “comando-e-controle”). Essa divulgação pode ser feita espontaneamente pelos atores mesmos (tal como no caso dos balanços sociais de empresas), por terceiros (por exemplo, em *rankings* de responsabilidade social empresarial preparados por ONGs) ou por imposição legal.

Encontra-se já farta literatura avaliando o potencial e relatando os resultados empiricamente observados de divulgação da informação como estratégia regulatória.² Essa literatura costuma se restringir, no entanto, ao impacto que a divulgação de informação é capaz de provocar por si, seja sobre as decisões dos principais gestores de uma empresa, seja sobre outros

¹ TIETENBERG, Tom. Disclosure strategies for pollution control. *Environmental and Resource Economics*, v. 11, n. 3-4, p. 587-602, 1998. As duas primeiras ondas corresponderiam, respectivamente, à regulação de “comando-e-controle” e à regulação por meio de incentivos.

² BLACKMAN, Allen. Alternative pollution control policies in developing countries. *Review of Environmental Economics and Policy*, v. 4, n. 2, p. 234-253, 2010; LEE, E. Information disclosure and environmental regulation: green lights and gray areas. University of Hong Kong, 2010. Disponível em: <<http://hub.hku.hk/bitstream/10722/125310/1/Content.pdf?accept=1>>. Acesso em: 9 ago. 2012; BEN-SHAHAR, Omri; SCHNEIDER, Carl E. The failure of mandated disclosure. University of Michigan Law School, Empirical Legal Studies Center, Working Paper n. 10-008, 2010. Disponível em: <<https://www.law.umich.edu/centersandprograms/lawandeconomics/abstracts/2010/Documents/10-008benshahar.pdf>>. Acesso em: 9 jul. 2012; HESS, David. The three pillars of corporate social reporting as new governance regulation: disclosure, dialogue and development. Michigan Ross School of Business, Working Paper, 2008. Disponível em: <<http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/2027.42/60425/1/1112-DHess.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2012; DALLEY, Paula J. The use and misuse of disclosure as a regulatory system. *Florida State University Law Review*, v. 34, p. 1.089-1.131, 2007; WEIL, David; FUNG, Archon; GRAHAM, Mary et al. The effectiveness of regulatory disclosure policies. *Journal of Policy Analysis and Management*, v. 25, n. 1, p.155-181, 2006; BLACKMAN, Allen; AFSAH, Shakeb; RATUNANDA, Damayanti. How do public disclosure pollution control programs work: evidence from Indonesia. *Human Ecology Review*, v. 11, n. 3, p. 235-246, 2004; STEPHAN, Mark. Environmental information disclosure programs: they work, but why? *Social Science Quarterly*, v. 83, n. 1, p. 190-205, 2002; KARKKAINEN, Bradley C. Information as environmental regulation: TRI and performance benchmarking, precursor to a new paradigm? *Georgetown Law Journal*, v. 89, p. 257-370, 2001.

atores (*stakeholders*), como acionistas, trabalhadores e consumidores, cujas decisões podem ter influência sobre os primeiros.³

O objetivo deste trabalho é reavaliar a divulgação de informação como meio de regulação (ou *governança*)⁴ da atividade empresarial destinada à preservação do meio ambiente e à salvaguarda dos interesses de *stakeholders*, considerando, porém, ao invés do potencial transformador da informação em si mesma, o seu possível uso deliberativo. Pretende-se, em outras palavras, cogitar sobre uma estratégia de regulação que combine a divulgação da informação e o seu uso em instâncias de deliberação. Tome-se, para exemplificar, o caso de informação ambiental: enquanto é uma medida simples de regulação pela divulgação de informação limitar-se-ia a tornar públicas informações sobre a poluição causada por uma empresa, esperando, com isso, influenciar nas decisões de atores como consumidores ou investidores, uma estratégia de divulgação combinada com o uso deliberativo de informação procuraria, além de tornar públicas informações sobre o impacto ambiental de atividade empresarial, levar essas informações a fóruns de discussão (envolvendo, além dos próprios empresários, consumidores, investidores, etc.) nos quais a importância da informação e o modo correto de reagir a ela sejam avaliados.

Tratar do potencial regulatório de informações usadas deliberativamente demanda cotejar duas vertentes até agora pouco próximas da literatura: uma que se dedica às estratégias de regulação pela informação, e a outra, referente à idealização e à verificação empírica dos resultados de processos de deliberação. Esta última compreende tanto contribuições para a teoria da democracia deliberativa (como as de autores como Habermas e Cohen) quanto trabalhos que vêm se dedicando, nos últimos anos, a aferir a correspondência entre essa teoria e os processos reais de tomadas de

³ Uma exceção é o artigo de HESS, David. The three pillars of corporate social reporting as new governance regulation: disclosure, dialogue and development. Michigan Ross School of Business, Working Paper, 2008, p. 459. Disponível em: <<http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/2027.42/60425/1/1112-DHess.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2012, p. 459, que dá ênfase à importância do diálogo entre empresários e outros *stakeholders* para a eficácia de medidas de divulgação da informação.

⁴ O texto emprega a palavra *regulação* em sentido amplo, não limitado a medidas estatais de controle social (e, muito menos, a medidas estatais de comando-e-controle). Ignora-se, assim, a diferença ocasionalmente feita entre a acepção de termos e expressões como *regulação*, *governança* e *nova governança*. Sobre isso, v. LOBEL, Orly. The renew deal: the fall of regulation and the rise of governance in contemporary legal thought. *Minnesota Law Review*, v. 89, p. 342-470, 2004.

decisão, bem como os efeitos da deliberação e as condições para que ela tenha lugar.

O artigo é organizado como segue. A seção 2 é dedicada à literatura sobre a divulgação de informação como meio de regulação, com ênfase à regulação atinente ao desempenho social e ambiental das empresas. A seção 3 oferece uma apertada síntese da teoria e da pesquisa empírica sobre deliberação. A seção 4 realiza a aproximação das duas áreas de investigação, tratando de verificar por que a pesquisa sobre deliberação convida os estudiosos da regulação a reavaliarem o potencial da divulgação de informação como instrumento regulatório a partir da hipótese do uso deliberativo dessa informação. A seção 5 reproduz as principais conclusões do artigo e encerra com sugestões para pesquisas futuras.

1 Divulgação da informação como artifício regulatório

Entendem-se como medidas de regulação baseadas na informação as que, ao invés de legalmente tolherem uma atividade de modo a alcançar determinados fins (por exemplo, a preservação ambiental ou o respeito aos direitos humanos), perseguem esses mesmos fins mediante a simples divulgação de informações. Como tais, as medidas de regulação pela informação se diferenciam das estratégias de comando-e-controle, expressão usada na literatura sobre regulação para designar medidas que prescrevem aos atores regulados certo comportamento (além do de meramente informar), as quais são acompanhadas da cominação de uma sanção para o caso de descumprimento. Enquanto a atual legislação brasileira sobre cotas para pessoas portadoras de deficiência em empresas constitui uma medida de comando-e-controle, já que impõe a certas empresas a contratação das referidas pessoas e sujeita as que não o fizerem a pagamento de multa (Decreto 3.298/1999), um exemplo de medida de regulação pela informação consistiria em informar ao público o percentual de trabalhadores com deficiência, empregados em cada empresa, informação essa que pode ser legalmente exigida ou divulgada espontaneamente pela empresa contratante ou por algum terceiro (como uma ONG).

Em relação à regulação de comando-e-controle, uma vantagem da regulação pela divulgação da informação consiste em dispensar a atividade estatal de produção e aplicação de normas e evitar, assim, seus respectivos custos. Além disso, ainda quando a divulgação da informação é legalmente

exigida, é plausível supor que as normas para difusão de informação sejam de produção menos custosa do que as que prescrevem aos atores regulados um determinado comportamento ou resultado. À medida, pois, que demande menor quantidade de recursos estatais, a regulação pela informação se mostra atraente sobretudo àqueles casos em que uma intervenção do Estado seja menos de se esperar, tal como em países pobres (ou empobrecidos) com capacidade estatal de investimento limitada⁵ ou para as questões cujo adequado tratamento exija uma atuação transnacional coordenada.

Ainda em contrapartida à regulação de comando-e-controle, pode-se afirmar que a regulação pela divulgação da informação se caracteriza por nada exigir dos atores regulados, a não ser, é claro, a divulgação de informação mesmo nos casos em que essa divulgação seja legalmente prevista. Essa afirmação, porém, não deve ser entendida no sentido de negar à regulação pela informação qualquer pretensão de eficácia. A regulação baseada na informação se propõe a influenciar no comportamento de alguns atores mesmo sem se valer, para tanto, da imposição de um dever legal apoiado na ameaça de sanção. É sobre essa pretensão de eficácia que boa parte do debate acerca da estratégia regulatória em questão se trava.

Antes de prosseguir com uma síntese desse debate, vale notar que há duas questões a discernir no que se refere à eficácia da regulação pela divulgação de informação: a primeira questão é a da eficácia mesma, isto é, a questão de saber se a regulação pela informação provoca, de fato, alguma mudança comportamental; outra é a do conteúdo dessa eficácia, que se traduz como questão de saber se a mudança comportamental conseguida é desejável, considerando-se determinado fim regulatório.

Considere-se, para começar, alguns causas para que a difusão de informação se mostre eficaz. Tendo-se em vista os desempenhos social e

⁵ Mesmo quando há normas de comando-e-controle, a capacidade de investimento limitada é um obstáculo a que tais normas sejam aplicadas. A divulgação de informação pode, em circunstâncias assim, ser usada não como alternativa às normas de comando-e-controle, mas como meio de contornar a dificuldade estatal para fazer valer essas normas. O programa indonésio de classificação do desempenho ambiental de empresas (Proper) é um exemplo de estratégia de informação destinada a compensar a falta de recursos estatais para a aplicação de normas ambientais vigentes mediante a denúncia pública das empresas infratoras. (Ver AFSAH, Shakeb; VINCENT, Jeffrey R. Putting pressure on polluters: Indonesia's Proper Program. Harvard Institute for International Development, 1997. Disponível em: <<http://web.worldbank.org/archive/website01004/WEB/IMAGES/PUTTINGP.PDF>>. Acesso em: 16 ago. 2012).

ambiental das empresas, afirma-se que a informação pode levar a uma mudança de comportamento empresarial devido à reação que provoca sobre terceiros (isto é, em outros que não os dirigentes da empresa). Em outras palavras, trata-se aí de uma mudança de comportamento reflexa, ou do que Weil e colegas denominam “ciclo de ação”:⁶ a divulgação de informação leva a uma mudança de comportamento de terceiros, a qual determina, por sua vez, uma resposta dos principais gestores da empresa.⁷ Entre os terceiros capazes de influenciar no comportamento da empresa estão investidores, consumidores, trabalhadores, autoridades governamentais e outros empresários.

Os motivos pelos quais a divulgação da informação pode suscitar a reação de terceiros são bastante variados. Entre investidores, por exemplo, cogita-se que a informação sobre o desempenho social ou ambiental de uma companhia seja um sinal do valor do investimento, já que um mau desempenho, em tais áreas, pode ser entendido como resultado de má-administração ou preannunciar despesas iminentes, seja para a melhora desse desempenho, seja como decorrência da aplicação de sanções legais.⁸ Quando a informação negativa é das que conseguem comover o público, é de prever que ela também chame a atenção das autoridades governamentais, e que essas reajam com medidas restritivas, especialmente se não houver alguma providência imediata da empresa à qual a informação se refere.⁹ Tendo em vista a ameaça de intervenção governamental e o fato de essa intervenção muitas vezes não se limitar a uma empresa, mas abranger todo um (ou até mais de um) setor de atividade, a informação negativa sobre uma empresa pode fazê-la alvo da pressão de outros empresários. Além disso, empresas parceiras podem também reagir pelo temor de que a má-reputação de uma companhia com a qual se relacionam traga dano à

⁶ WEIL, David; FUNG, Archon; GRAHAM, Mary et al. The effectiveness of regulatory disclosure policies. *Journal of Policy Analysis and Management*, v. 25, n. 1, p. 155-181, 2006.

⁷ Esse ciclo de ação pode até ser abreviado em casos nos quais os diretores de uma corporação antecipem a reação negativa do público a uma informação divulgada e tomem medidas, a fim de que essa reação não chegue a ocorrer.

⁸ KARKKAINEN, Bradley C. Information as environmental regulation: TRI and performance benchmarking, precursor to a new paradigm? *Georgetown Law Journal*, v. 89, p. 324-325, 2001; KONAR, Shameek; COHEN, Mark A. Information as regulation: the effect of community right to know laws on toxic emissions. *Journal of Environmental Economics and Management*, v. 32, p. 112-113, 1997, p..

⁹ KARKKAINEN, Bradley C. Information as environmental regulation: TRI and performance benchmarking, precursor to a new paradigm? *Georgetown Law Journal*, v. 89, p. 311-312, 2001.

sua reputação. Por fim, entre consumidores e trabalhadores, é de aventar que uma reação negativa às informações divulgadas sobre uma empresa tanto se deve a motivações egoístas, como, por exemplo, no caso de um trabalhador negro que prefira se empregar em empresas nas quais a nomeação para cargos de chefia não acuse viés racial, quanto sociais ou ambientais, como no caso de consumidores “verdes” ou de trabalhadores com preferência por empresas social e ambientalmente responsáveis.¹⁰

Não é de descartar, por outro lado, que a divulgação de informação altere o comportamento das empresas independentemente da reação que provoque, ou que pareça capaz de provocar sobre terceiros. Isso porque, em primeiro lugar, a informação em questão pode ser nova não apenas para o público, mas também para os gestores da companhia, que podem, então, com base nela, tomar medidas para a melhora do desempenho da organização.¹¹ Por exemplo, informações sobre o impacto ambiental de uma empresa podem alertar seus dirigentes para falhas nos processos de produção, conduzindo ao aperfeiçoamento desses processos e à consequente melhora dos resultados financeiros e ambientais da atividade. Um efeito similar pode ser verificado em decorrência de uma comparação entre as informações relativas a diferentes empresas, a qual ajude aquelas com pior desempenho a reconhecerem suas principais deficiências e a tomar medidas para enfrentá-las.¹² Por fim, admite-se que os efeitos diretos de uma informação se relacionam não apenas à busca pela maximização do lucro, mas também ao “desenvolvimento moral” da companhia, isto é, que a divulgação de informação persuade empresários e seus colaboradores sobre o valor intrínseco do atendimento a demandas sociais e ambientais.¹³

¹⁰ BACKHAUS, Kristin B.; STONE, Brett A.; HEINER, Karl. Exploring the relationship between corporate social performance and employer attractiveness. *Business & Society*, v. 41, n. 3, p. 292-318, 2002; GREENING, Daniel W.; TURBAN, Daniel B. Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business & Society*, v. 39, n. 3, p. 254-280, 2000.

¹¹ KARKKAINEN, Bradley C. Information as environmental regulation: TRI and performance benchmarking, precursor to a new paradigm? *Georgetown Law Journal*, v. 89, p. 295, 2001.

¹² KARKKAINEN, Bradley C. Information as environmental regulation: TRI and performance benchmarking, precursor to a new paradigm? *Georgetown Law Journal*, v. 89, p. 295-296, 2001.

¹³ HESS, David. The three pillars of corporate social reporting as new governance regulation: disclosure, dialogue and development. Michigan Ross School of Business, Working Paper, 2008. p. 460-462. Disponível em: <<http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/2027.42/60425/1/1112-DHess.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2012.

As causas recém-apresentadas para que a divulgação de informação seja eficaz (isto é, altere o comportamento das empresas a que se refere) permitem também prever por que, sob certas circunstâncias, a mesma informação pode se mostrar inócua. As razões para a ineficácia da informação como estratégia regulatória serão reavaliadas mais adiante, na seção 4, de modo que, a fim de facilitar a exposição, convém separá-las em itens.

a) *falta de reação de terceiros*. Se a reação de terceiros é uma das causas aventadas para uma mudança no comportamento das empresas (eficácia reflexa da informação), o fato de essa reação não ocorrer (e de nem mesmo se esperar que ela ocorra) é uma causa para que a mera difusão de informação não surta efeito algum. Essa falta de reação, por sua vez, pode se dever: 1.1) à dificuldade para obter a informação e compreendê-la; 1.2) à desconfiança sobre as informações divulgadas; 1.3) à irrelevância da informação; e 1.4) a uma discrepância entre atitude e intenção ou entre intenção e comportamento;

a.1) *dificuldade para obter a informação e compreendê-la*. Uma condição necessária para que a informação provoque a reação de certos *stakeholders* é que ela chegue até eles e seja compreendida. Tanto a obtenção quanto a compreensão da informação, muitas vezes, demandam desses atores o investimento de uma quantidade não desprezível de tempo e energia e, por conta disso, acabam nem sempre se verificando.¹⁴ Há ainda que se considerar a hipótese de que a informação negativa sobre os desempenhos social e ambiental de uma empresa se anuncie indesejável (por exemplo, para consumidores acostumados a comprar produtos da empresa em questão), e que se reduza, assim, em consequência, a motivação para a busca dessa informação;¹⁵

a.2) *desconfiança sobre as informações divulgadas*. Atores como consumidores e investidores talvez não reajam às informações acerca dos desempenhos social e ambiental de uma empresa por não acreditarem nelas.¹⁶ É o que pode acontecer quando as

¹⁴ CARRIGAN, Marilyn; ATTALLA, Ahmad. The myth of the ethical consumer: do ethics matter in purchase behaviour? *Journal of Consumer Marketing*, v. 18, n. 7, p. 573, 2001.

¹⁵ PYSZCZYNSKI, Tom; GREENBERG, Jeff; LAPRELLE, John. Social comparison after success and failure: biased search for information consistent with a self-serving conclusion. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 21, p. 195-211, 1985.

¹⁶ ZANITELLI, Leandro Martins. Empresas, responsabilidade social e políticas de informação obrigatória. Inédito.

informações são prestadas pelas empresas mesmas e sua veracidade não é aferida por terceiros, ou quando a confiabilidade desses terceiros é, por algum motivo, posta em dúvida. No caso de terceiros para quem as informações sobre certa empresa sejam indesejáveis, a desconfiança pode resultar da tendência, empiricamente observada,¹⁷ de tratar mais criticamente informações assim;

a.3) *irrelevância da informação*. *Stakeholders* também não reagirão à informação se, apesar de a compreenderem e acreditarem nela, essa informação lhes for indiferente.¹⁸ A irrelevância da informação pode decorrer da indiferença aos desempenhos social e ambiental de uma empresa e, portanto, da indiferença para com às demandas à base das quais esse desempenho é medido, ou então decorrer do modo como a informação é apresentada. Por exemplo, um consumidor com preferência por empresas que se dediquem a combater o assédio no local de trabalho pode ficar indiferente a uma classificação geral de empresas baseada em responsabilidade social empresarial devido ao fato de não saber qual influência, se alguma, o combate ao assédio exerce sobre a posição de uma determinada empresa na referida classificação;

a.4) *discrepância entre atitude e intenção e entre intenção e comportamento*. Admitindo-se que a informação influencie na atitude do público em relação a uma empresa, deve-se considerar que tal atitude, não necessariamente, leva à intenção de atuar de maneira distinta, bem como que essa intenção, uma vez verificada, pode não se traduzir em uma real mudança de comportamento. A discrepância entre atitude e intenção pode ter lugar devido a características de mercado, sobretudo à falta de concorrência. Assim, mesmo entre consumidores e trabalhadores nos quais a informação sobre o mau desempenho social de uma empresa tenha suscitado uma atitude negativa em relação à empresa em questão,

¹⁷ DITTO, Peter H.; LOPEZ, David F. Motivated skepticism: use of differential decision criteria for preferred and nonpreferred conclusions. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 63, n. 4, p. 568-584, 1992.

¹⁸ ZANITELLI, Leandro Martins. Empresas, responsabilidade social e políticas de informação obrigatória. Inédito; WEIL, David; FUNG, Archon; GRAHAM, Mary et al. The effectiveness of regulatory disclosure policies. *Journal of Policy Analysis and Management*, v. 25, n. 1, p. 161, 2006.

essa atitude pode não dar lugar a uma intenção (de não comprar produtos dessa empresa, ou não trabalhar nela) devido à falta de alternativas, isto é, se a empresa socialmente irresponsável não sofrer concorrência ou se apenas sofrer a concorrência de empresas também sabidamente irresponsáveis. Outra causa para que atitudes não sejam seguidas por intenções e para que eventuais intenções não sejam confirmadas pelo comportamento é a falta de saliência da informação durante o processo de tomada de decisão. Considerando-se, uma vez mais, a capacidade cognitiva limitada dos agentes, se não houver estímulos que ajudem a trazer à mente a informação nos momentos que antecedem à tomada de decisão, reduz-se a chance de que essa informação influencie no comportamento.¹⁹ O desajuste entre atitude, intenção e comportamento pode ainda se dever às chamadas “técnicas de neutralização”, modo como se designam, em Psicologia, certos processos mentais destinados a justificar intimamente uma conduta em desacordo com normas ou atitudes.²⁰ Assim, um consumidor não indiferente à exploração de trabalhadores pode justificar para si mesmo a compra de produtos de companhias que atuam em desacordo com normas de “comércio justo”, por exemplo, negando que sua conduta tenha maiores consequências ou que esteja baseada na alegação de que ele também é explorado;

b) *falta de reação nas empresas*. Viu-se que, independentemente da reação de terceiros, a divulgação de informação pode alterar o comportamento empresarial (eficácia direta da informação). As mesmas causas de ineficácia relacionadas à falta de reação de terceiros podem, todavia, acarretar o insucesso da divulgação de informação como meio de alterar o comportamento das empresas;

b.1) *dificuldade para obter informação e compreendê-la*. Embora a obtenção e a compreensão de informação sobre uma empresa sejam de presumir mais fáceis para os administradores da própria empresa

¹⁹ WEIL, David; FUNG, Archon; GRAHAM, Mary et al. The effectiveness of regulatory disclosure policies. *Journal of Policy Analysis and Management*, v. 25, n. 1, p. 161, 2006.

²⁰ CHATZIDAKIS, Andreas; HIBBERT, Sally; SMITH, Andrew P. Why people don't take their concerns about fair trade to the supermarket: the role of neutralisation. *Journal of Business Ethics*, v. 74, p. 89-100, 2007; SYKES, Gresham M.; MATZA, David. Techniques of neutralisation: a theory of delinquency. *American Sociological Review*, v. 22, n. 6, p. 664-670, 1957.

do que para a maioria do público, também para os primeiros a informação não se obtém ou é compreendida sem custo. Há que se considerar, ainda, a tendência a envidar menos esforço para a aquisição de informações que se prevejam desagradáveis;²¹

- b.2) *desconfiança sobre as informações divulgadas*. A ideia de que informações verdadeiras divulgadas acerca de uma empresa sejam alvo da desconfiança dos gestores soa paradoxal, mas pode se confirmar sobretudo nos casos em que a informação seja prestada por terceiros e de difícil verificação. Quando a informação divulgada é negativa, contribui para a dúvida sobre a sua veracidade a tendência dos atores de tratar mais criticamente a informação que não lhes é favorável;²²
- b.3) *irrelevância da informação*. À medida que os desempenhos social e ambiental das empresas não é tratado como fim em si mesmo por empresários e administradores, a informação sobre esse desempenho somente importará se estiver relacionada aos resultados financeiros da atividade, seja porque o mau desempenho social ou ambiental se deva a falhas de gestão com impacto financeiro, seja pela reação do público à informação;
- b.4) *discrepância entre atitude e intenção e entre intenção e comportamento*. Mesmo que a divulgação da informação provoque entre gestores uma atitude negativa acerca do impacto social ou ambiental de uma empresa, essa atitude pode não se traduzir em intenção de eliminar ou reduzir o referido impacto. Uma hipótese importante a esse respeito é que alguns empresários desaprovem certas consequências de sua atividade, mas resistem em combatê-las devido aos custos que daí adviriam e ao receio de, uma vez incorrendo nesses custos, serem superados pelos concorrentes. Por outro lado, a intenção de melhorar os desempenhos social e ambiental de uma empresa pode não bastar para que uma melhora de fato aconteça. Sobre isso, são não apenas de considerar as

²¹ PYSZCZYNSKI, Tom; GREENBERG, Jeff; LAPRELLE, John. Social comparison after success and failure: biased search for information consistent with a self-serving conclusion. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 21, p. 195-211, 1985.

²² DITTO, Peter H.; LOPEZ, David F. Motivated skepticism: use of differential decision criteria for preferred and nonpreferred conclusions. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 63, n. 4, p. 568-584, 1992.

causas da eventual discrepância entre intenção e comportamento individual, tais como a falta de saliência da informação²³ e o uso de técnicas de neutralização,²⁴ quanto também os problemas de agência²⁵ que, sobretudo em médias e grandes organizações, constituem um obstáculo a que normas de responsabilidade social definidas nos altos escalões sejam de fato observadas.

Se um risco da informação, como meio de regulação da atividade empresarial, é, portanto, a ineficácia, outro é a inexatidão. Dito de outra maneira, a divulgação de informação pode levar a uma mudança no comportamento das empresas, mas não à mudança que seria, de acordo com certo ideal normativo, desejável. Entre os motivos para que a inexatidão se verifique estão preferências imorais, falsidade da informação divulgada, reação da empresa à informação e falhas no processamento da informação;

c) *preferências imorais*. Um risco a considerar é que as preferências do público (ou dos próprios dirigentes de empresas) acerca do comportamento empresarial sejam imorais e que, devido a essas preferências, a divulgação de informação leve as empresas a se comportarem de maneira indesejável. Por exemplo, entre consumidores racistas, a informação sobre a contratação de trabalhadores pertencentes ao grupo racial perseguido pode ocasionar boicote aos produtos das empresas nas quais essa contratação tiver ocorrido. Outras preferências podem não parecer tão reprováveis, mas, ainda assim, surtir efeitos indesejáveis, como, por exemplo, as preferências dos moradores de determinada região sobre a poluição causada por essa companhia, as quais são capazes de forçar o deslocamento da atividade para outra região na qual as suas consequências sejam ainda mais nocivas;

d) *falsidade da informação divulgada*. A divulgação de informação também pode levar a resultados inexatos se ela for falsa e se sua divulgação forçar a empresa a empregar recursos para desmenti-la ou, não obstante,

²³ WEIL, David; FUNG, Archon; GRAHAM, Mary et al. The effectiveness of regulatory disclosure policies. *Journal of Policy Analysis and Management*, v. 25, n. 1, p. 161, 2006.

²⁴ SYKES, Gresham M.; MATZA, David. Techniques of neutralisation: a theory of delinquency. *American Sociological Review*, v. 22, n. 6, p. 664-670, 1957.

²⁵ JENSEN, Michael; MECKLING, William H. Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, v. 3, p. 305-360, 1976.

se a falsidade alterar seu comportamento de acordo com a informação divulgada.

e) *reação da empresa à informação*. Mesmo que a informação seja correta e de molde a provocar a reação do público, a divulgação de informação como instrumento de regulação pode errar o alvo se, ao invés da mudança de comportamento ambicionada, a reação da empresa consistir em contestar a informação divulgada ou empregar recursos, a fim de melhorar a sua reputação por outros meios. Por exemplo, uma empresa com fraco desempenho ambiental pode reagir à informação acerca desse desempenho aumentando suas despesas com publicidade ao invés de tomar medidas para a redução da poluição;

f) *falhas no processamento da informação*. Mesmo que as preferências dos atores entre os quais a informação é divulgada sejam moralmente corretas, esses atores podem deixar de se conduzir de acordo com as suas preferências devido ao trato inábil da informação e aos erros de julgamento daí decorrentes. A esse respeito, é de considerar o uso de “atalhos mentais” (heurísticas) ou regras simples de julgamento (*rules of thumb*) em substituição ao exame cuidadoso (e, conseqüentemente, mais lento e desgastante) de todas as informações relevantes. Uma descoberta importante é que o uso de heurísticas não apenas leva, ocasionalmente, a erros de julgamento, como também que esses erros são, em alguma medida, previsíveis, o que permite então aludir a certos vieses cognitivos.²⁶ Um viés relevante para a eficácia de medidas de divulgação de informação sobre o comportamento empresarial é o da disponibilidade, que corresponde à tendência de uma informação de fácil lembrança (como, por exemplo, uma informação recente ou oriunda de um episódio marcante vivido pelo sujeito mesmo ou por alguém que lhe seja próximo) exerça uma influência desproporcional (quando comparada a de outras informações conhecidas, mas não tão facilmente disponíveis) sobre a decisão.²⁷ Pode-se pensar, assim, no risco de que, devido à sua disponibilidade, certas informações sobre comportamento empresarial provoquem uma reação desproporcional dos empresários mesmos ou do público. Por exemplo,

²⁶ TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. *Science*, v. 185, n. 4.157, p. 1.124-1.131, 1974.

²⁷ TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. *Science*, v. 185, n. 4.157, p. 1.127-1.128, 1974.

um relato sobre um consumidor negro maltratado por uma empresa pode provocar maior reação do público (pela disponibilidade obtida, digamos, graças a uma farta cobertura jornalística) do que informações estatísticas sobre o percentual de trabalhadores negros empregados na mesma empresa.

2 Deliberação: ideais normativos e pesquisa empírica

Não há uma, mas inúmeras teorias acerca da deliberação como ideal normativo. Na teoria de Habermas,²⁸ a deliberação, ou discurso, tem como fim confirmar ou refutar a validade de proposições. O critério de verdade é o do consenso racional, obtido pela persuasão. A busca pela verdade, assim entendida, impõe certas exigências aos sujeitos da deliberação, que devem tomar parte nela com o exclusivo intuito de persuadir e serem persuadidos, ficando vedado, em consequência, o uso estratégico de razões, isto é, o uso de razões nas quais o próprio falante não acredita (dever de sinceridade). Descarta-se, ainda, qualquer artifício destinado a conquistar o assentimento dos demais por outro meio que não o do melhor argumento, como o apelo à emoção ou o ataque a adversários.

Um modo de diminuir o rigor do ideal deliberativo consiste em substituir o consenso por objetivos menos ambiciosos, entre os quais estão o metaconsenso,²⁹ a racionalidade intersubjetiva³⁰ e a estruturação de preferências.³¹ Metaconsenso é o acordo acerca dos valores e fatos relevantes para a questão em jogo, e não (ou não necessariamente) um acordo quanto à maneira de ordenar os valores envolvidos ou quanto à validade de proposições sobre fatos. Também se pode esperar da deliberação que sujeitos que tenham chegado a um metaconsenso formem suas preferências consistentemente à luz do que consideram relevante para a questão sobre a qual se delibera, e isso de tal maneira que dois sujeitos que

²⁸ HABERMAS, Jürgen. *Theory of Communicative Action: reason and the rationalization of society*. Trad. de Thomas McCarthy. Boston: Beacon Press, 1984 (1981); *Moral Consciousness and Communicative Action*. Tradução de Christian Lenhardt e Shierry Weber-Nicholsen. Cambridge: MIT Press, 1999 (1983).

²⁹ NIEMEYER, Simon; DRYZEK, John S. The ends of deliberation: meta-consensus and intersubjective rationality as ideal outcomes. *Swiss Political Science Review*, v. 13, n. 4, p. 497-526, 2007.

³⁰ NIEMEYER, Simon; DRYZEK, John S. The ends of deliberation: meta-consensus and intersubjective rationality as ideal outcomes. *Swiss Political Science Review*, v. 13, n. 4, p. 497-526, 2007.

³¹ DRYZEK, John S.; LIST, Christian. Social choice theory and deliberative democracy: a reconciliation. *British Journal of Political Science*, v. 33, n. 1, p. 1-28, 2003.

estejam de acordo quanto aos fatos e à maneira de sopesar os valores envolvidos acabem, necessariamente, chegando à mesma conclusão sobre como a questão deve ser resolvida, o que se designa como racionalidade intersubjetiva. Fala-se, por fim, em estruturação de preferências sempre que cada um dos atores tenha preferência por uma única solução (ainda que não a mesma) e que as demais soluções sejam ordenadas de acordo com a distância em que se encontram, sob certo critério, da solução preferida.

Outro abrandamento em relação ao ideal deliberativo habermasiano consiste na admissão de outras formas de comunicação que não o intercâmbio de razões, tais como protestos e testemunhos.³² Uma crítica a ideias mais exigentes de deliberação tem a ver justamente com o fato de a capacidade, para oferecer razões em favor de proposições controversas, ser desigualmente distribuída, de modo que, com a vedação de modos de expressão não argumentativos (tais como narrativas e manifestações de emoção), tirar-se-ia a voz a grupos que já se encontram, geralmente, em posição de desvantagem.³³

Tendo em vista essas variantes, a pesquisa empírica sobre deliberação pode procurar resposta para as seguintes questões:³⁴ a) Quais são as consequências de processos reais de comunicação?; b) Sob quais condições esses processos mais se aproximam de certo ideal de deliberação?; e c) Em que medida os mesmos processos, de fato, costumam se aproximar do referido ideal?

Para quem cogite sobre deliberação como meio de tornar a divulgação de informação mais eficaz e precisa quanto aos seus resultados, a divulgação de informação, a questão crucial é, sem dúvida, a questão *a* (questão das consequências). A questão *b* (das condições), porém, também importa à medida que se verifique que a deliberação aliada à divulgação de informação tem, sim, consequências positivas, quando então interessará saber como essas consequências podem ser mais facilmente obtidas, isto é, como fazer para que processos de discussão reais se aproximem do ideal deliberativo. Por fim, a questão *c* (questão da conformidade) mostra-se também relevante

³² YOUNG, Iris Marion. Activist challenges to deliberative democracy. *Political Theory*, v. 29, n. 5, p. 270-290, 2001; SANDERS, Lynn M. Against deliberation. *Political Theory*, v. 25, n. 3, p. 347-376, 1997.

³³ SANDERS, Lynn M. Against deliberation. *Political Theory*, v. 25, n. 3, p. 347-376, 1997.

³⁴ STEINER, Jürg et al. *Deliberative Politics in Action: analysing parliamentary discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

devido ao fato de as políticas de divulgação de informação poderem contar apenas com o auxílio de processos reais (e não ideais) de discussão, e de as condições para aperfeiçoamento desses processos (objeto da segunda questão) não se deixarem facilmente conhecer ou realizar.

No que se refere às consequências da deliberação, a pesquisa empírica permite testar certas previsões otimistas,³⁵ entre as quais a de que a deliberação: a) aumenta a informação disponível; b) atenua ou elimina o impacto de certos vieses sobre o modo como a informação é processada; e c) modifica atitudes.

a) *Informação disponível*. Uma suposição respaldada por evidências³⁶ é a de que a deliberação aumente a informação dos que dela participam. Uma razão para esperar isso é que a deliberação permite que cada ator compartilhe informações até então desconhecidas dos demais. A expectativa de que isso ocorra é, em alguma medida, contrariada, no entanto, pela pesquisa com pequenos grupos de discussão. Stasser e Titus³⁷ realizaram um experimento, posteriormente replicado,³⁸ no qual se verificou a tendência de grupos de discussão a trazer à baila informações já de antemão compartilhadas pelos membros do grupo, em detrimento das informações disponíveis apenas a um ou alguns deles (informações não compartilhadas). A explicação aventada por Stasser e Titus para a mencionada tendência,

³⁵ MENDELBERG, Tali. The deliberative citizen: theory and evidence. In: DELLI CARPINI, Michael X.; HUDDY, Leoni; SHAPIRO, Robert Y. (Coord.). *Research in Micropolitics: political decisionmaking, deliberation and participation*. Greenwich: JAI Press, 2002. p. 151-193. v. 6.

³⁶ ESTERLING, Kevin M.; NEBLO, Michael A.; LAZER, David. 2007. Means, motive and opportunity in becoming informed about politics: a deliberative field experiment. Disponível em: <http://www.hks.harvard.edu/netgov/files/png_workingpaper_series/PNG07-006.pdf>. Acesso em: 26 out. 2012; BARABAS, Jason. How deliberation affects policy opinions. *American Political Science Review*, v. 98, n. 4, p. 687-701, 2004.

³⁷ STASSER, Garold; TITUS, William. Pooling of unshared information in group decision making: biased information sampling during discussion. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 48, n. 6, p. 1.467-1.478, 1985.

³⁸ LARSON, James R. Jr.; CHRISTENSEN, Caryn; FRANZ, Timothy M. et al. Diagnosing groups: the pooling, management, and impact of shared and unshared information in team-based medical decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 75, n. 1, p. 93-108, 1998; LARSON, James R. Jr.; FOSTER-FISHMAN, Pennie G.; KEYS, Christopher B. Discussion of shared and unshared information in decision-making groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 67, n. 3, p. 446-461, 1994; GIGONE; Daniel; HASTIE, Reid. The common knowledge effect: information sharing and group judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 65, n. 5, p. 959-974, 1993.

³⁹ GIGONE; Daniel; HASTIE, Reid. The common knowledge effect: information sharing and group judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 65, n. 5, p. 959-974, 1993.

também conhecida como “efeito do conhecimento comum”,³⁹ é assaz singela: considerando-se que a condição para que uma informação seja mencionada durante a discussão é que ela seja lembrada por algum dos participantes, quanto mais compartilhada for uma informação, maior será a probabilidade de que ela seja lembrada e, por conseguinte, mencionada.⁴⁰

Informações novas também podem deixar de ser trazidas à baila devido ao que se conhece como “cascatas de informação”⁴¹ [*information cascades*]. Em um grupo de discussão, um ator pode deixar de oferecer uma nova informação quando ela contraria o juízo já emitido por algum outro participante. A omissão da informação pode decorrer do efeito sinalizador do juízo alheio, isto é, o participante *B* pode deixar de mencionar uma informação a favor de *x* porque considera a opinião do participante *A* contra *x* como um sinal suficiente de que, não obstante a informação de que privadamente dispõe, há razões suficientes para favorecer *x*. Ao sonegar a informação e se manifestar favoravelmente a *x*, *B* dá novo ensejo a que outros participantes (os quais também podem reservadamente possuir informações contra *x*) comportem-se da mesma maneira. Outra hipótese, um pouco distinta, é que o participante *B* silencie sobre informação contrária ao juízo do participante *A* simplesmente pelo temor de que o atrevimento seja sancionado pelo grupo, o que se designa como “cascata reputacional”.⁴²

Algo importante a salientar é que, embora as evidências citadas sejam robustas, elas não chegam a refutar de todo a previsão de que a discussão sirva para aumentar a informação disponível aos participantes, limitando-se a sugerir uma tendência a que essa previsão não se confirme na medida, ou com a rapidez, que se poderia esperar. Outra ressalva é que os trabalhos citados geralmente se cingem a relatar os resultados da discussão quanto à provisão da informação sem avaliar o conteúdo dessa discussão e, portanto, a sua conformidade (ou não) a certos ideais de deliberação. Por fim, vale notar que a pesquisa pioneira de Stasser e Titus sobre o efeito do

⁴⁰ STASSER, Garold; TITUS, William. Pooling of unshared information in group decision making: biased information sampling during discussion. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 48, n. 6, p. 1.467-1.478, 1985.

⁴¹ ANDERSON, Lisa R.; HOLT, Charles A. Information cascades in the laboratory. *American Economic Review*, v. 87, n. 5, p. 847-862, 1997; HIRSHLEIFER, David. The blind leading the blind: social influence, fads, and informational cascades. In: IERULLI, Kathryn; TOMMASI, Mariano (Coord.). *The New Economics of Human Behavior*. Cambridge: Cambridge University Press, 1995., p. 188-215. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1278625>>. Acesso em: 22 out. 2012.

⁴² SUNSTEIN, Cass R.; HASTIE, Reid. Four failures of deliberating groups. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1121400> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1121400>>. Acesso em: 17 out. 2012.

conhecimento comum inspirou trabalhos nos quais, mediante certas alterações das características do experimento (por exemplo, pela atribuição do papel de *expert* a algum dos participantes ou manipulação das normas de grupo), observou-se uma redução, por vezes considerável, do aludido efeito;⁴³

b) *processamento da informação*. Mesmo que a deliberação traga à tona informações até então não conhecidas por alguns dos atores, nada assegura que essas informações serão tratadas da maneira desejada. O impacto da informação é moderado por certos vieses de base cognitiva ou motivacional, entre os quais o provocado pelo uso de heurísticas.⁴⁴ A questão que se põe, então, é a de saber se a deliberação é capaz de, se não eliminar, ao menos reduzir a força desses vieses. Uma das conclusões da pesquisa empírica a tal respeito, contudo, é que certos vieses do modo como indivíduos reagem (ou deixam de reagir) à informação também se verificam e, às vezes, até com maior magnitude, quando a informação é submetida ao grupo.⁴⁵

A tomada de decisão em grupo não apenas se sujeita a reproduzir vieses da decisão individual, como também pode apresentar outros vieses não encontrados nessa última. Um exemplo de viés próprio da decisão em grupo é o que se revela em trabalhos inspirados pela hipótese do efeito do conhecimento comum, segundo os quais, mesmo quando, contrariando a tendência anteriormente mencionada, a discussão faz surgir informações até então não compartilhadas pelos participantes, essas informações

⁴³ Para uma síntese desses trabalhos, ver STASSER, Garold; TITUS, William. Hidden profiles: a brief history. *Psychological Inquiry*, v. 14, ns. 3 e 4, p. 304-313, 2003.

⁴⁴ TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. *Science*, v. 185, n. 4.157, p. 1.124-1.131, 1974.

⁴⁵ STAHLBERG, Dagmar; ELLER, Frank; MAASS, Anne et al. We knew it all along: hindsight bias in groups. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 63, n. 1, p. 46-58, 1995; WHYTE, Glen. Escalating commitment in individual and group decision making: a prospect theory approach. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 54, p. 430-455, 1993; ARGOTE, Linda; DEVADAS, Rukmini; MELONE, Nancy. The base-rate fallacy: contrasting processes and outcomes of group and individual judgment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 46, p. 296-310, 1990; ARGOTE, Linda; SEABRIGHT, Mark A.; DYER, Linda. Individual versus group use of base-rate and individuating information. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 38, p. 65-75, 1986; para outras referências, v. KERR, Norbert L.; MACCOUN, Robert J.; KRAMER, Geoffrey P. Bias in judgment: comparing individuals and groups. *Psychological Review*, v. 103, n. 4, p. 687-719, 1996.

propendem a ser menos repetidas e a exercer menos influência sobre a decisão do que as informações compartilhadas.⁴⁶

As evidências por último referidas levam a pensar em características da interação que, ausentes no caso individual, são determinantes do processamento da informação pelos grupos. Assim, uma das hipóteses para que a informação nova seja menos repetida no transcórre da discussão se relaciona ao custo social atrelado à menção de uma informação até então desconhecida dos demais (e cuja veracidade se sujeita, pois, à contestação), custo esse que pode ser particularmente alto quando quem lança mão da informação pertence ao baixo escalão do grupo (por exemplo, um estudante, em um grupo de diagnóstico composto por residentes, recém-graduados e estudantes de medicina).⁴⁷ Hipótese ligeiramente distinta é que a discussão da informação previamente compartilhada seja favorecida pelo seu efeito de “promoção mútua” [*mutual enhancement*], isto é, porque influencia positivamente no senso de competência tanto daqueles a quem a informação é prestada (por já a conhecerem), como de quem a presta, uma vez que a informação conhecida costuma ser confirmada pelos demais.⁴⁸

Tal como no caso do item anterior, vale ressaltar que as evidências sobre falhas no processamento de informação pelos grupos costumam ser obtidas à base de discussões que não necessariamente atendem às condições ideais de deliberação e cujos resultados, portanto, não podem ser imputados à deliberação em si, ao menos tal como normativamente entendida. São exemplares, a esse respeito, os efeitos reputacionais do uso de informação e as disputas que eles desencadeiam, cujo subproduto, a tendência a

⁴⁶ LARSON, James R. Jr.; ABBOTT, Ann S.; CHRISTENSEN, Caryn et al. Diagnosing groups: charting the flow of information in medical decision-making teams. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 71, n. 2, p. 315-330, 1996; GIGONE, Daniel; HASTIE, Reid. The common knowledge effect: information sharing and group judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 65, n. 5, p. 959-974, 1993; STASSER, Garold; TAYLOR, Laurie A.; HANNA, Coleen. Information sampling in structured and unstructured discussions of three- and six-person groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 57, n. 1, p. 67-78, 1989.

⁴⁷ Ver. STASSER, Garold; TITUS, William. Hidden profiles: a brief history. *Psychological Inquiry*, v. 14, ns. 3 e 4, p. 304-313, 2003, p. 308-309; para evidências, v. LARSON, James R. Jr.; ABBOTT, Ann S.; CHRISTENSEN, Caryn et al. Diagnosing groups: charting the flow of information in medical decision-making teams. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 71, n. 2, p. 315-330, 1996.

⁴⁸ WITTENBAUM, Gwen M.; HUBBELL, Anne P.; ZUCKERMAN, Cynthia. Mutual enhancement: toward an understanding of the collective preference for shared information. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 77, n. 5, p. 967-978, 1999.

desconsiderar a informação dada por determinados componentes do grupo, dificilmente poderia ser atribuído a uma deliberação ocorrida segundo condições ideais. Assim, muito ainda há a investigar sobre a capacidade da deliberação para a prevenção de vieses no tratamento de informação, observados em decisões individuais e que continuam a se verificar, às vezes até com mais força, nas decisões de grupo;

c) *modificação de atitudes*. Uma razão para cogitar em uma modificação de atitudes é que a deliberação ofereça informação nova aos atores envolvidos ou altere o modo como a informação já disponível é processada. Por exemplo, a prática discursiva pode levar, ao conhecimento de consumidores, a exploração de trabalho infantil entre fornecedores de uma companhia multinacional e, em decorrência, mudar a atitude dos consumidores em relação à empresa. Pode-se afirmar, assim, que a capacidade de deliberação para modificar atitudes é, em parte, uma função da capacidade de prover informação ou alterar o modo como a informação é processada entre os sujeitos que deliberam.

Outra hipótese é que a deliberação modifique atitudes independentemente do aumento da informação ou de uma mudança no seu processamento. Aqui vem à baila a ideia de que os sujeitos que verdadeiramente deliberam não o fazem movidos por outro objetivo que não o de aferir a justificabilidade de proposições cuja validade é duvidosa e, portanto, encontram-se permanentemente dispostos a ceder à força do melhor argumento.⁴⁹ De volta ao exemplo anterior, a deliberação poderia, então, servir não apenas para que consumidores fossem informados sobre a exploração de mão de obra infantil na cadeia de fornecimento de uma corporação, mas também para convencê-los sobre a perversidade desse trabalho e sobre o dever moral da companhia de tomar providências para sua prevenção.

A pesquisa empírica sobre os efeitos da deliberação oferece, atualmente, um considerável conjunto de evidências, oriundas de experimentos ou da mera observação acerca da capacidade de discussão para dar lugar a mudanças de atitudes e opiniões.⁵⁰ Há, também, trabalhos

⁴⁹ HABERMAS, Jürgen. *Moral Consciousness and Communicative Action*. Trad. de Christian Lenhardt e Shierry Weber Nicholsen. Cambridge: MIT Press, 1999 (1983). p. 89.

⁵⁰ FARRAR, Cynthia; FISHKIN, James S.; GREEN, Donald P. et al. Disaggregating deliberation's effects: an experiment within a deliberative poll. *British Journal of Political Science*, v. 40, n. 2, p. 333-347, 2010; LUSKIN, Robert C.; FISHKIN, James S.; HAHN, Kyu S. Deliberation and net

que procuram verificar se essas mudanças aproximam o resultado da deliberação do que é pretendido pela teoria, isto é, quando não, de um consenso, ao menos de objetivos mais modestos tais como o metaconsenso⁵¹ e a estruturação de preferências.⁵² Por fim, se há, por um lado, dúvida sobre a duração dos efeitos da deliberação no que se refere à modificação de atitudes, há, por outro, quem pondere que parte desses efeitos somente é observável no médio prazo.⁵³

Outras evidências são provenientes de pesquisa sobre dilemas sociais.⁵⁴ Designa-se como situação de dilema social uma na qual determinada conduta, a “defecção”, é a mais vantajosa para os envolvidos individualmente, mas leva, quando universalmente realizada, a um resultado que é inferior para todos ao de uma conduta alternativa, designada como “cooperação”.⁵⁵ Apesar de a cooperação se mostrar, ao fim e ao cabo, mais vantajosa, as características do dilema são tais que tornam previsível, ao menos entre atores egoístas, que todos se comportem de maneira defectiva, o que tem levado a tratar como um desafio o de apurar sob que condições a referida previsão não se confirma e a cooperação acaba tendo lugar. Quanto a isso, uma das conclusões do trabalho empírico é que a comunicação entre os envolvidos (em particular, a comunicação face a face) eleva consideravelmente as taxas de cooperação ainda quando essa

attitude change. 2007. Disponível em: <<http://cdd.stanford.edu/research/papers/2007/deliberation-net-change.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2012; LUSKIN, Robert C.; FISHKIN, James S.; PLANE, Dennis L. Deliberative polling and policy outcomes: electric utility issues in Texas. 1999. Disponível em: <http://cdd.stanford.edu/research/papers/2000/utility_paper.pdf>. Acesso em: 25 out. 2012; LUSKIN, Robert C.; FISHKIN, James S.; JOWELL, Roger et al. Learning and voting in Britain: insights from the deliberative poll. 1999. Disponível em: <http://cdd.stanford.edu/research/papers/2000/general_election_paper.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2012.

⁵¹ NIEMEYER, Simon; DRYZEK, John S. The ends of deliberation: meta-consensus and inter-subjective rationality as ideal outcomes. *Swiss Political Science Review*, v. 13, n. 4, p. 497-526, 2007.

⁵² FARRAR, Cynthia; FISHKIN, James S.; GREEN, Donald P. et al. Disaggregating deliberation's effects: an experiment within a deliberative poll. *British Journal of Political Science*, v. 40, n. 2, p. 333-347, 2010; LIST, Christian; LUSKIN, Robert C.; FISHKIN, James S. et al. Deliberation, single-peakedness and the possibility of meaningful democracy: evidence from deliberative polls. 2002. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/20069/1/PSPE_WP1_06_%28LSERO%29.pdf>. Acesso em: 27 set. 2012.

⁵³ MACKIE, Gerry. Does deliberation change minds? *Politics, Philosophy & Economics*, v. 5, n. 3, p. 279-303, 2006.

⁵⁴ MENDELBERG, Tali. The deliberative citizen: theory and evidence. In: DELLI CARPINI, Michael X.; HUDDY, Leoni; SHAPIRO, Robert Y. (Coord.). *Research in Micropolitics: political decisionmaking, deliberation and participation*. Greenwich: JAI Press, 2002. p. 155-157. v. 6.

⁵⁵ DAWES, Robyn M. Social dilemmas. *Annual Review of Psychology*, v. 31, p. 169, 1980.

comunicação constitui “conversa barata” [*cheap talk*], isto é, quando não tem consequências capazes de fazer com que a defecção deixe de ser a alternativa individualmente mais vantajosa.⁵⁶ É de se observar, porém, que o aumento da cooperação provocado pela comunicação pode ser explicado de diversas maneiras, não constituindo, necessariamente, o efeito de uma mudança de atitude ou de convencimento dos atores sobre o valor ínsito da cooperação.⁵⁷

Também relacionada com mudanças de atitude provocadas pela deliberação é a pesquisa sobre a influência normativa do grupo. Nela se fala, de um lado, em uma mudança de crenças e atitudes em convergência com as crenças e atitudes da maioria do grupo (conformismo), sem que se deixe de notar, por outro, a possibilidade de um movimento contrário, de influência da minoria sobre a maioria.⁵⁸ Convém observar, no entanto, que nem mesmo nesse segundo caso a mudança é necessariamente resultado da persuasão racional, algo que é evidenciado pelas condições (como a de que consonância entre a atuação da minoria e as normas do grupo ou a de não pertencer a minoria a um subgrupo marginal) tidas como favoráveis a que a minoria exerça influência sobre a maioria.⁵⁹

Outro efeito atribuído à discussão é a polarização do grupo, isto é, o acirramento de atitudes e opiniões na direção indicada pelas posições preexistentes.⁶⁰ Por exemplo, em um grupo de indivíduos simpáticos ao meio ambiente, a tendência é que a discussão leve à formação de juízos mais extremos acerca da preservação. A exemplo do conformismo, a polarização das atitudes e opiniões do grupo pode ter uma explicação

⁵⁶ BALLIET, Daniel. Communication and cooperation in social dilemmas: a meta-analytical review. *Journal of Conflict Resolution*, v. 54, n. 1, p. 39-57, 2010.

⁵⁷ BALLIET, Daniel. Communication and cooperation in social dilemmas: a meta-analytical review. *Journal of Conflict Resolution*, v. 54, n. 1, p. 41-42, 2010.

⁵⁸ MENDELBERG, Tali. The deliberative citizen: theory and evidence. In: DELLI CARPINI, Michael X.; HUDDY, Leoni; SHAPIRO, Robert Y. (Coord.). *Research in Micropolitics: political decisionmaking, deliberation and participation*. Greenwich: JAI Press, 2002. p. 151-193, v. 6; WOOD, Wendy; LUDGREN, Sharon; OUELLETTE, Judith A. et al. Minority influence: a meta-analytical review of social influence processes. *Psychological Bulletin*, v. 115, n. 3, p. 323-345, 1994.

⁵⁹ MENDELBERG, Tali. The deliberative citizen: theory and evidence. In: DELLI CARPINI, Michael X.; HUDDY, Leoni; SHAPIRO, Robert Y. (Coord.). *Research in Micropolitics: political decisionmaking, deliberation and participation*, v. 6. Greenwich: JAI Press, 2002. p. 163-165.

⁶⁰ MENDELBERG, Tali. The deliberative citizen: theory and evidence. In: DELLI CARPINI, Michael X.; HUDDY, Leoni; SHAPIRO, Robert Y. (Coord.). *Research in Micropolitics: political decisionmaking, deliberation and participation*. Greenwich: JAI Press, 2002. p. 158-161. v. 6.

marcadamente discursiva, como no caso em que seja atribuída ao compartilhamento de informações e argumentos⁶¹ ocorrida durante a discussão. Outras hipóteses, entretanto, nada têm a ver com a persuasão racional, tal como a de ser a polarização um efeito da tentativa de obter a aprovação dos demais com um comportamento que exceda ao da média do grupo em sentido normativamente desejável, o que se conhece como “comparação social”.⁶²

Como visto, se não há dúvida de que processos reais de discussão sejam capazes de provocar mudanças de atitude, mais ainda precisa ser descoberto sobre as condições nas quais isso ocorre e também sobre o peso de fatores outros, que não a informação e a persuasão racional nessas mudanças.

3 Há uma cura deliberativa para o insucesso da divulgação de informação?

Tendo em vista o que se sabe, e o que ainda falta saber, sobre os efeitos da deliberação, a presente seção retorna aos problemas da ineficácia e inexatidão da divulgação de informação como artifício regulatório para indagar se, e em que medida, a deliberação se encontra apta a resolvê-los. Até onde foi possível apurar, faltam estudos empíricos sobre os resultados de medidas ou políticas de divulgação da informação conjugadas a práticas de deliberação, o que torna as observações feitas a seguir eminentemente especulativas.

A fim de facilitar a exposição, reproduzem-se aqui os títulos dos oito tópicos alusivos às causas de inexatidão e ineficácia de divulgação da informação examinados na seção 2.

⁶¹ BURNSTEIN, Eugene; VINOKUR, Amiram. Persuasive argumentation and social comparison as determinants of attitude polarization. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 13, p. 313-332, 1977.

⁶² MENDELBERG, Tali. The deliberative citizen: theory and evidence. In: DELLI CARPINI, Michael X.; HUDDY, Leoni; SHAPIRO, Robert Y. (Coord.). *Research in Micropolitics: political decisionmaking, deliberation and participation*. Greenwich: JAI Press, 2002, p. 159. v. 6; MYERS, David G. Polarizing effects of social comparison. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 14, p. 554-563, 1978.

Causas de ineficácia:

a) falta de reação de terceiros devido: a.1) à dificuldade para obter a informação e compreendê-la; a.2) à desconfiança sobre as informações divulgadas; a.3) à irrelevância da informação; a.4) a uma discrepância entre atitude e intenção ou entre intenção e comportamento;

b) falta de reação nas empresas devido: b.1) à dificuldade para obter a informação e compreendê-la; b.2) à desconfiança sobre as informações divulgadas; b.3) à irrelevância da informação; b.4) a uma discrepância entre atitude e intenção e entre intenção e comportamento.

Causas de inexactidão:

c) preferências imorais;

d) falsidade da informação divulgada;

e) reação da empresa à informação; e

f) falhas no processamento da informação.

Quando se cogita em deliberação como meio de combate às causas de ineficácia e inexactidão de instrumentos de regulação baseados na divulgação de informação, é indispensável considerar a diferença entre deliberação (tal como normativamente concebida) e processos de comunicação ou discussão reais que atendem, em alguma medida, mas não completamente, a um determinado ideal normativo. É claro que é sempre possível, por um lado, pensar em providências para que processos reais se aproximem do ideal deliberativo. Por outro, entretanto, convém não medir o potencial de sucesso da divulgação de informação à base da presunção irrealista de que essas providências se deixem conhecer com facilidade e sejam de simples execução ou até mesmo desejáveis, considerando-se as consequências excludentes, salientadas pelos críticos de ideais mais exigentes de deliberação, de processos de comunicação nos quais certos modos de expressão fiquem vedados. Pelo menos até certo ponto, uma avaliação ponderada das chances de sucesso da divulgação da informação conjugada à processos de comunicação precisa contar com as imperfeições desses processos.

a.1, a.2, b.1, b.2, d, e e f são causas de ineficácia ou inexactidão relacionadas à provisão e ao processamento de informação. Em relação a *a.1* e *b.1*, pode-se pensar que a participação em processos de discussão facilite a obtenção de informação, levando esta última a ser compartilhada

a um custo menor do que aquele em que teriam de incorrer os envolvidos caso tratassem de obter a mesma informação independentemente. Deve-se lembrar, todavia, que a participação em fóruns deliberativos, mesmo quando auxiliada pela internet, também é custosa. Outra ressalva é que o otimismo quanto ao potencial da discussão (como meio de difusão de informação) precisa ser temperado à luz das evidências sobre o efeito do conhecimento comum e as cascatas de informação ou reputacionais.

Também no que se refere à compreensão da informação, são de mencionar potencialidades do grupo e obstáculos à deliberação. Tais potencialidades são óbvias, principalmente nas comunicações de grupos constituídos por atores com diferentes *expertises* e que, graças a essa diferença, podem se ajudar mutuamente a compreender a informação disponível. Por outro lado, a aparente sabedoria de alguns pode inibir a participação dos demais e, em consequência, fazer com que certas afirmações não sejam postas à prova.

Quanto a *a.2*, *b.2*, *d e e*, uma crucial diferença reside no potencial da deliberação para sanar dúvidas sobre a veracidade da informação divulgada. Aqui se parte da premissa de que, em um processo de deliberação, qualquer assertiva pode, a qualquer tempo, ter a sua validade contestada (a menos que haja uma razão para que essa possibilidade fique, temporariamente, excluída), sendo, assim, característico da deliberação que uma informação sobre a qual paire desconfiância seja confirmada (ou refutada) por argumentos. A deliberação tanto pode, pois, eliminar a desconfiância sobre a informação divulgada quanto ajudar a que falsas informações sejam desmentidas. Sobre isso, todavia, mais uma vez importa sublinhar a diferença entre processos de comunicação reais e ideais normativos de deliberação e, em particular, o fato de que certas características desses últimos, tais como a sinceridade, não apenas não se reproduzem necessariamente nos primeiros, como são, em geral, muito difíceis de apurar.⁶³ Assim, é não só possível que a confirmação ou o desmentido da informação no transcorrer da conversação resulte não de uma argumentação de boa-fé acerca da fidedignidade dessa informação, mas do comportamento malicioso de alguns dos participantes, como também a diferença entre um caso e outro se mostra, no mais das vezes, bastante difícil de verificar.

⁶³ BÄCHTIGER, André et al. Disentangling diversity in deliberative democracy: competing theories, their blind spots and complementarities. *Journal of Political Philosophy*, v. 18, n. 1, p. 40, 2010.

Em relação a *f*, referiram-se, na seção anterior, evidências de que falhas no processamento da informação podem ocorrer, às vezes até em maior medida, entre os grupos. Assim, a fim de avaliar o potencial da discussão para prevenir erros no processamento de informação divulgada com fins regulatórios, é indispensável ter em vista quais desses erros têm mais chance de serem evitados pelos grupos, bem como as condições mais favoráveis a que isso aconteça.

Logo, *a3*, *b3* e *c* se relacionam à capacidade de deliberação para a modificação de atitudes. Assim, se a divulgação de informação sobre os desempenhos social e ambiental de uma empresa deixa de provocar a reação de atores-chave e dos gestores da empresa devido à sua irrelevância para esses atores ou, devido a preferências imorais desses últimos, dá lugar a consequências indesejáveis, algo que se poderia cogitar é que a deliberação ajude a desenvolver as atitudes necessárias a que a difusão de informação atinja os seus objetivos. Contudo, em que pesem as evidências sobre modificação de atitudes resultante da participação em processos de discussão, é preciso considerar que um empecilho a essa modificação pode ser a simples recusa a deliberar. É de se perguntar: Se um consumidor é indiferente ao tratamento que uma empresa dispensa a trabalhadores homossexuais, por que aceitaria participar de um fórum destinado a discutir esse tratamento? Ou, se não é indiferente, mas contrário aos direitos de homossexuais, por que aceitaria participar de um debate no qual antevê que suas atitudes serão postas à prova? Questões assim chamam a atenção para o fato de que uma estratégia de regulação baseada na informação não pode simplesmente contar com a ocorrência da deliberação, devendo cuidar das condições para que a discussão entre atores-chave e, inclusive entre aqueles menos inclinados a participar dela, verdadeiramente aconteça.

Ainda no que se refere à modificação de atitudes, as evidências obtidas acerca dos efeitos da conversação em situações de dilema social são relevantes para os desempenhos social e ambiental das empresas, cuja melhora é dificultada, frequentemente, por situações como essas. Entre consumidores “verdes” ou “éticos”, por exemplo, o boicote a produtos de uma empresa com fraco desempenho ambiental ou social pode muito bem corresponder ao resultado que, embora coletivamente preferível, não seja individualmente o mais vantajoso para os consumidores, que terão de pagar mais pelos produtos de uma empresa concorrente. Uma ressalva a esse respeito é que os experimentos sobre conversação em situações de dilema social se atêm, em geral, aos efeitos imediatos da conversação,

enquanto a decisão sobre cooperar (ou não) em circunstâncias tais como as recém-descritas pode ter de ser tomada bastante tempo após a ocorrência da deliberação. Outra ressalva se relaciona ao fato de a pesquisa sobre dilemas sociais revelar ser a conversação mais propensa a ensejar a cooperação quando feita face à face do que por escrito,⁶⁴ algo desanimador quando se pensa na internet como meio capaz de reduzir substancialmente os custos da deliberação.

Há de se enfrentar, ainda, a questão de saber se as modificações de atitude, à espera de processos de discussão baseados na informação divulgada, são capazes de melhorar os desempenhos social e ambiental das empresas. Sobre isso, deve-se, primeiro, considerar que, ao menos de acordo com versões procedimentais do ideal deliberativo,⁶⁵ não há um critério de verdade externo segundo o qual se possam testar as conclusões da deliberação e negar, assim, validade a juízos contrários às demandas de atuação social e ambiental que, comumente, se fazem às empresas, em particular às grandes corporações. Segundo, embora a pesquisa empírica confirme o potencial de processos de discussão para a modificação de atitudes, os autores também têm se dedicado a perquirir sobre resultados menos ambiciosos do que o consenso, tais como o metaconsenso e a estruturação de preferências, que não demandam uma aproximação de pontos de vista e, portanto, mesmo quando verificados, por hipótese, em decorrência de deliberação acerca das responsabilidades social e ambiental da empresa, não corresponderiam, necessariamente, a um abrandamento das diferenças entre grupos de *stakeholders* com interesses conflitantes, como empresários, trabalhadores e consumidores. Terceiro, uma estratégia de regulação que procure aliar divulgação de informação e deliberação tem de atentar para o risco de que certas mudanças de atitude sejam determinadas por fatores outros que não a persuasão racional, tal como sugere a literatura acerca do conformismo e da polarização do grupo.

No que respeita a *a4* e *b4*, a análise sobre o potencial da deliberação deve reparar nas diferentes causas de uma eventual discrepância entre atitude e intenção e entre intenção e comportamento tanto de empresários como de outros atores entre os quais a informação é divulgada. Quando

⁶⁴ BALLIET, Daniel. Communication and cooperation in social dilemmas: a meta-analytical review. *Journal of Conflict Resolution*, v. 54, n. 1, p. 48-49, 2010.

⁶⁵ Para um mapeamento e discussão sobre critérios procedimentais e substanciais de aferição da qualidade da deliberação, v. Neblo (2007, p. 545-552).

são características de mercado que impedem atitudes favoráveis à melhora dos desempenhos social e ambiental de uma empresa de serem seguidas por uma intenção de correspondente teor, é pouco crível que a deliberação contribua para a eficácia da informação divulgada. Em contrapartida, é plausível pensar na deliberação como remédio adequado à falta de saliência da informação por ocasião da tomada de decisão e para uso de técnicas de neutralização, outros fatores determinantes do descompasso entre atitudes, intenções e comportamento. No que se refere ao primeiro desses fatores, ainda quando não ocorra imediatamente antes da tomada de decisão, a discussão é um meio de chamar a atenção para a informação divulgada e de ajudar, com isso, para que ela seja lembrada posteriormente. As técnicas de neutralização constituem, por sua vez, estratégias internas de justificação que podem ser desafiadas e, em consequência, enfraquecidas pela deliberação. Por exemplo, um consumidor que compra produtos de uma multinacional envolvida com trabalho escravo e se escusa desse comportamento alegando que a sua decisão de boicotar a referida companhia não faria maior diferença poderia, durante a deliberação, ser alertado sobre as consequências em larga escala de condutas oportunistas como a sua. O fato, por fim, de o desajuste entre atitudes, intenções e comportamento em organizações ser também atribuível a problemas de agência, faz pensar no potencial da deliberação para a modificação de atitudes, embora ressalte a necessidade de que a discussão iniciada pela informação sobre os desempenhos social e ambiental não se limite aos ocupantes dos mais altos cargos de direção de uma corporação.

Considerações finais

A divulgação de informação vem sendo cogitada como estratégia para a melhoria dos desempenhos social e ambiental das empresas. A informação não só tem a vantagem de evitar alguns dos inconvenientes da regulação de comando-e-controle (como a tendência à rigidez normativa e ao alto custo de aplicação ou *enforcement*), quanto também se apresenta, ocasionalmente, como a única solução com a qual se pode contar para a regulação da atividade empresarial em países nos quais as autoridades governamentais não estejam dispostas ou não sejam capazes de arcar com os custos dessa regulação.

A literatura tem se dedicado a tratar das possíveis causas de fracasso da divulgação de informação, mas raramente considera a deliberação como

meio de combatê-las. Esse é, tanto quanto foi possível apurar, o primeiro trabalho a examinar as implicações da pesquisa sobre deliberação para a regulação baseada em informação e a perquirir, pois, se o insucesso da divulgação de informação relativa aos desempenhos social e ambiental das empresas pode ser evitado deliberativamente.

As respostas oferecidas a essa questão, na penúltima seção do artigo, são, infelizmente, bastante incipientes. A pesquisa empírica sobre as consequências da deliberação e as condições para que ela ocorra se encontra em estágio inicial e precisa ser ainda mais bem-articulada com outras tradições de pesquisa sobre grupos de discussão, em especial da área da psicologia social. Além disso, algumas hipóteses relevantes para a eficácia da divulgação da informação, tais como a da deliberação como antídoto para certas falhas no processamento de informação e para uso de técnicas de neutralização, sequer ainda foram testadas. Além disso, seria importante para o avanço de estratégias de regulação social e ambiental da empresa, baseadas na informação, que parte da pesquisa empírica sobre deliberação se dedicasse a testar a validade de hipóteses gerais para os casos particulares de responsabilidade empresarial e de seus atores-chave, como os próprios empresários, investidores, trabalhadores e consumidores.

Feitas essas ressalvas, pode-se afirmar que os estudiosos da divulgação de informação como meio de melhoria dos desempenhos social e ambiental das corporações deveriam considerar a possibilidade de aumentar e ajustar o impacto da informação divulgada pela via deliberativa. Por outro lado, a tradição de pesquisa sobre deliberação já oferece lições suficientes para concluir que processos deliberativos não costumam ocorrer com facilidade ou a custo ínfimo, de modo que, para os elaboradores de políticas públicas, a ideia de aliar informação e deliberação deve ser vista com cautela.

Referências

AFSAH, Shakeb; VINCENT, Jeffrey R. Putting pressure on polluters: Indonesia's PROPER Program. Harvard Institute for International Development, 1997. Disponível em: <<http://web.worldbank.org/archive/website01004/WEB/IMAGES/PUTTINGP.PDF>>. Acesso em: 16 ago. 2012.

ANDERSON, Lisa R.; HOLT, Charles A. Information cascades in the laboratory. *American Economic Review*, v. 87, n. 5, p. 847-862, 1997.

ARGOTE, Linda; DEVADAS, Rukmini; MELONE, Nancy. The base-rate fallacy: contrasting processes and outcomes of group and individual judgment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 46, p. 296-310, 1990.

ARGOTE, Linda; SEABRIGHT, Mark A.; DYER, Linda. Individual versus group use of base-rate and individuating information. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 38, p. 65-75, 1986.

BÄCHTIGER, André *et al.* Disentangling diversity in deliberative democracy: competing theories, their blind spots and complementarities. *Journal of Political Philosophy*, v. 18, n. 1, p. 32-63, 2010.

BACKHAUS, Kristin B.; STONE, Brett A.; HEINER, Karl. Exploring the relationship between corporate social performance and employer attractiveness. *Business & Society*, v. 41, n. 3, p. 292-318, 2002.

BALLIET, Daniel. Communication and cooperation in social dilemmas: a meta-analytical review. *Journal of Conflict Resolution*, v. 54, n. 1, p. 39-57, 2010.

BARABAS, Jason. How deliberation affects policy opinions. *American Political Science Review*, v. 98, n. 4, p. 687-701, 2004.

BLACKMAN, Allen. Alternative pollution control policies in developing countries. *Review of Environmental Economics and Policy*, v. 4, n. 2, p. 234-253, 2010.

BLACKMAN, Allen; AFSAH, Shakeb; RATUNANDA, Damayanti. How do public disclosure pollution control programs work: evidence from Indonesia. *Human Ecology Review*, v. 11, n. 3, p. 235-246, 2004.

BEN-SHAHAR, Omri; SCHNEIDER, Carl E. The failure of mandated disclosure. University of Michigan Law School, Empirical Legal Studies Center, Working Paper n. 10-008, 2010. Disponível em: <<https://www.law.umich.edu/centersandprograms/lawandeconomics/abstracts/2010/Documents/10-008benshahar.pdf>>. Acesso em: 9 jul. 2012.

- BURNSTEIN, Eugene; VINOKUR, Amiram. Persuasive argumentation and social comparison as determinants of attitude polarization. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 13, p. 313-332, 1977.
- CARRIGAN, Marylin; ATTALLA, Ahmad. The myth of the ethical consumer – do ethics matter in purchase behaviour? *Journal of Consumer Marketing*, v. 18, n. 7, p. 560-577, 2001.
- CHATZIDAKIS, Andreas; HIBBERT, Sally; SMITH, Andrew P. Why people don't take their concerns about fair trade to the supermarket: the role of neutralisation. *Journal of Business Ethics*, v. 74, p. 89-100, 2007.
- DALLEY, Paula J. The use and misuse of disclosure as a regulatory system. *Florida State University Law Review*, v. 34, p. 1.089-1.131, 2007.
- DAWES, Robyn M. Social dilemmas. *Annual Review of Psychology*, v. 31, p. 169-193, 1980.
- DRYZEK, John S.; LIST, Christian. Social choice theory and deliberative democracy: a reconciliation. *British Journal of Political Science*, v. 33, n. 1, p. 1-28, 2003
- DITTO, Peter H.; LOPEZ, David F. Motivated skepticism: use of differential decision criteria for preferred and nonpreferred conclusions. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 63, n. 4, p. 568-584.
- DRYZEK, John S.; LIST, Christian. Social choice theory and deliberative democracy: a reconciliation. *British Journal of Political Science*, v. 33, p. 1–28, 2003.
- ESTERLING, Kevin M.; NEBLO, Michael A.; LAZER, David. 2007. Means, motive and opportunity in becoming informed about politics: a deliberative field experiment. Disponível em: <http://www.hks.harvard.edu/netgov/files/png_workingpaper_series/PNG07-006.pdf>. Acesso em: 26 out. 2012.
- FARRAR, Cynthia; FISHKIN, James S.; GREEN, Donald P. et al. Disaggregating deliberation's effects: an experiment within a deliberative poll. *British Journal of Political Science*, v. 40, n. 2, p. 333-347, 2010.
- GIGONE; Daniel; HASTIE, Reid. The common knowledge effect: information sharing and group judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 65, n. 5, p. 959-974, 1993.
- GREENING; Daniel W.; TURBAN, Daniel B. Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business & Society*, v. 39, n. 3, p. 254-280, 2000.

HABERMAS, Jürgen. *Theory of Communicative Action: reason and the rationalization of society*. Trad. de Thomas McCarthy. Boston: Beacon Press, 1984 (1981).

HABERMAS, Jürgen. *Moral Consciousness and Communicative Action*. Tradução de Christian Lenhardt e Shierry WeberNicholsen. Cambridge: MIT Press, 1999 (1983).

HESS, David. The three pillars of corporate social reporting as new governance regulation: disclosure, dialogue and development. Michigan Ross School of Business, Working Paper, 2008. Disponível em: <<http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/2027.42/60425/1/1112-DHess.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2012.

HIRSHLEIFER, David. The blind leading the blind: social influence, fads, and informational cascades. In: IERULLI, Kathryn; TOMMASI, Mariano (Coords.). *The New Economics of Human Behavior*. Cambridge: Cambridge University Press, 1995, p. 188-215. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1278625>>. Acesso em: 22 out. 2012.

JENSEN, Michael; MECKLING, William H. Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, v. 3, p. 305-360, 1976.

KARKKAINEN, Bradley C. Information as environmental regulation: TRI and performance benchmarking, precursor to a new paradigm? *Georgetown Law Journal*, v. 89, p. 257-370, 2001.

KERR, Norbert L.; MAcCOUN, Robert J.; KRAMER, Geoffrey P. Bias in judgment: comparing individuals and groups. *Psychological Review*, v. 103, n. 4, p. 687-719, 1996.

KONAR, Shameek; COHEN, Mark A. Information as regulation: the effect of community right to know laws on toxic emissions. *Journal of Environmental Economics and Management*, v. 32, p. 109-124, 1997.

LARSON, James R. Jr.; FOSTER-FISHMAN, Pennie G.; KEYS, Christopher B. Discussion of shared and unshared information in decision-making groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 67, n. 3, p. 446-461, 1994.

LARSON, James R. Jr.; ABBOTT, Ann S.; CHRISTENSEN, Caryn *et al.* Diagnosing groups: charting the flow of information in medical decision-making teams. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 71, n. 2, p. 315-330, 1996.

LARSON, James R. Jr.; CHRISTENSEN, Caryn; FRANZ, Timothy M. *et al.* Diagnosing groups: the pooling, management, and impact of shared and unshared information in team-based medical decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 75, n. 1, p. 93-108, 1998.

LEE, E. Information disclosure and environmental regulation: green lights and gray areas. University of Hong Kong, 2010. Disponível em: <<http://hub.hku.hk/bitstream/10722/125310/1/Content.pdf?accept=1>>. Acesso em: 9 ago. 2012.

LIST, Christian; LUSKIN, Robert C.; FISHKIN, James S. *et al.* Deliberation, single-peakedness and the possibility of meaningful democracy: evidence from deliberative polls. 2002. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/20069/1/PSPE_WP1_06_%28LSERO%29.pdf>. Acesso em: 27 set. 2012.

LOBEL, Orly. The renew deal: the fall of regulation and the rise of governance in contemporary legal thought. *Minnesota Law Review*, v. 89, p. 342-470, 2004.

LUSKIN, Robert C.; FISHKIN, James S.; JOWELL, Roger *et al.* Learning and voting in Britain: insights from the deliberative poll. 1999. Disponível em: <http://cdd.stanford.edu/research/papers/2000/general_election_paper.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2012.

LUSKIN, Robert C.; FISHKIN, James S.; PLANE, Dennis L. Deliberative polling and policy outcomes: electric utility issues in Texas. 1999. Disponível em: <http://cdd.stanford.edu/research/papers/2000/utility_paper.pdf>. Acesso em: 25 out. 2012.

LUSKIN, Robert C.; FISHKIN, James S.; HAHN, Kyu S. Deliberation and net attitude change. 2007. Disponível em: <<http://cdd.stanford.edu/research/papers/2007/deliberation-net-change.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2012.

MACKIE, Gerry. Does deliberation change minds? *Politics, Philosophy & Economics*, v. 5, n. 3, p. 279-303, 2006.

MENDELBERG, Tali. The deliberative citizen: theory and evidence. In: DELLI CARPINI, Michael X.; HUDDY, Leoni; SHAPIRO, Robert Y. (Coord.). *Research in Micropolitics: political decisionmaking, deliberation and participation*. Greenwich: JAI Press, 2002. p. 151-193. v. 6.

MYERS, David G. Polarizing effects of social comparison. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 14, p. 554-563, 1978.

NEBLO, Michael A. Family disputes: diversity in defining and measuring deliberation. *Swiss Political Science Review*, v. 13, n. 4, p. 527-557, 2007.

NIEMEYER, Simon; DRYZEK, John S. The ends of deliberation: meta-consensus and inter-subjective rationality as ideal outcomes. *Swiss Political Science Review*, v. 13, n. 4, p. 497-526, 2007.

PYSZCZYNSKI, Tom; GREENBERG, Jeff; LAPRELLE, John. Social comparison after success and failure: biased search for information consistent with a self-serving conclusion. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 21, p. 195-211, 1985.

SANDERS, Lynn M. Against deliberation. *Political Theory*, v. 25, n. 3, p. 347-376, 1997.

STAHLBERG, Dagmar; ELLER, Frank; MAASS, Anne *et al.* We knew it all along: hindsight bias in groups. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 63, n. 1, p. 46-58, 1995.

STASSER, Garold; TAYLOR, Laurie A.; HANNA, Coleen. Information sampling in structured and unstructured discussions of three- and six-person groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 57, n. 1, p. 67-78, 1989.

STASSER, Garold; TITUS, William. Pooling of unshared information in group decision making: biased information sampling during discussion. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 48, n. 6, p. 1.467-1.478, 1985.

STASSER, Garold; TITUS, William. Hidden profiles: a brief history. *Psychological Inquiry*, v. 14, ns. 3 e 4, p. 304-313, 2003.

STEINER, Jürg; BÄCHTIGER, André; SPÖRNDLI, Markus; STEENBERGEN, Marco R. *Deliberative Politics in Action: analysing parliamentary discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

STEPHAN, Mark. Environmental information disclosure programs: they work, but why? *Social Science Quarterly*, v. 83, n. 1, p. 190-205, 2002.

SUNSTEIN, Cass R.; HASTIE, Reid. Four failures of deliberating groups. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1121400> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1121400>>. Acesso em: 17 out. 2012.

SYKES, Gresham M.; MATZA, David. Techniques of neutralisation: a theory of delinquency. *American Sociological Review*, v. 22, n. 6, p. 664-670, 1957.

TIETENBERG, Tom. Disclosure strategies for pollution control. *Environmental and Resource Economics*, v. 11, n. 3-4, p. 587-602, 1998.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. *Science*, v. 185, n. 4.157, p. 1.124-1.131, 1974.

WEIL, David; FUNG, Archon; GRAHAM, Mary *et al.* The effectiveness of regulatory disclosure policies. *Journal of Policy Analysis and Management*, v. 25, n. 1, p. 155-181, 2006.

WITTENBAUM, Gwen M.; HUBBELL, Anne P.; ZUCKERMAN, Cynthia. Mutual enhancement: toward an understanding of the collective preference for shared information. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 77, n. 5, p. 967-978, 1999.

WHYTE, Glen. Escalating commitment in individual and group decision making: a prospect theory approach. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 54, p. 430-455, 1993.

WOOD, Wendy; LUDGREN, Sharon; OUELLETTE, Judith A. et al. Minority influence: a meta-analytical review of social influence processes. *Psychological Bulletin*, v. 115, n. 3, p. 323-345, 1994.

YOUNG, Iris Marion. Activist challenges to deliberative democracy. *Political Theory*, v. 29, n. 5, p. 270-290, 2001.

ZANITELLI, Leandro Martins. *Empresas, responsabilidade social e políticas de informação obrigatória*. Inédito.

