

O PODER CORPORATIVO COMO INSTRUMENTO DE *SOFT POWER* NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Wallace Moacir Paiva Lima

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

<https://orcid.org/0000-0001-9881-4886>

E-mail: wmpaivalima@gmail.com

DOI-Geral: <http://dx.doi.org/10.47538/RA-2024.V3N4>

DOI-Individual: <http://dx.doi.org/10.47538/RA-2024.V3N4-36>

RESUMO: O *soft power* corporativo refere-se à capacidade de empresas multinacionais influenciarem decisões políticas e moldarem percepções por meio de estratégias não coercitivas, como responsabilidade social corporativa (RSC), sustentabilidade e inovação tecnológica. Este artigo aprofunda o conceito, analisando sua relação com o *soft power* estatal, as dinâmicas geopolíticas e as implicações éticas do poder corporativo. Também explora como práticas de *soft power* corporativo influenciam a governança global, regulam cadeias de valor e moldam o comportamento social. Casos emblemáticos, como Tesla, Natura e Meta, ilustram sucessos e fracassos. Por fim, o artigo identifica tendências futuras e propõe um modelo analítico para mensurar a eficácia do *soft power* corporativo em diferentes contextos culturais e econômicos.

PALAVRAS-CHAVE: *Soft power* Corporativo. Relações Internacionais. Diplomacia Corporativa. ESG. Geopolítica. Governança Global. Cultura Empresarial.

CORPORATE POWER AS AN INSTRUMENT OF *SOFT POWER* IN INTERNATIONAL RELATIONS

ABSTRACT: Corporate *soft power* refers to the ability of multinational corporations to influence political decisions and shape perceptions through non-coercive strategies, such as corporate social responsibility (CSR), sustainability, and technological innovation. This paper explores the historical evolution of corporate soft power, its intersection with state soft power, and the ethical challenges associated with corporate influence. The discussion delves into how these strategies impact global governance, supply chain regulation, and social behavior, presenting emblematic case studies such as Tesla, Natura, and Meta to highlight successes and failures. Furthermore, the paper proposes a multidimensional analytical model to measure the effectiveness of corporate *soft power* across diverse cultural and economic contexts. Finally, future trends are identified, emphasizing the role of circular economy, digital diplomacy, and international regulation in shaping the future of corporate influence in global affairs.

KEYWORDS: Corporate Soft Power. International Relations. Corporate Diplomacy. ESG. Geopolitics. Global Governance. Corporate Culture.

INTRODUÇÃO

O poder das empresas multinacionais no século XXI transcende os limites tradicionais do mercado, atingindo o campo das relações internacionais. Com economias mais integradas e mercados cada vez mais interconectados, essas corporações não apenas competem entre si, mas também exercem influência política e cultural significativa em escala global.

Joseph Nye, ao introduzir o conceito de *soft power*, destacou como elementos de atração e persuasão – como cultura, valores e políticas – podem ser mais eficazes do que o uso da força. No entanto, o conceito se expandiu, com empresas multinacionais adotando práticas de *soft power* para moldar agendas globais. Este artigo propõe um olhar detalhado sobre o papel dessas corporações no cenário global, analisando como se tornaram agentes diplomáticos e explorando as consequências éticas, legais e sociais de sua atuação.

A EXPANSÃO DO *SOFT POWER* CORPORATIVO: UM BREVE HISTÓRICO PIONEIROS DO *SOFT POWER* CORPORATIVO

O *soft power* corporativo começou a se destacar no século XX, com empresas como Coca-Cola, IBM e McDonald's atuando como símbolos culturais do Ocidente. Durante a Guerra Fria, essas marcas não apenas promoviam seus produtos, mas também exportavam valores de consumo, liberdade e individualismo, reforçando narrativas políticas de seus países de origem.

SOFT POWER NA ERA DIGITAL

A digitalização ampliou drasticamente o alcance do *soft power* corporativo. Empresas como Amazon, Meta e Google utilizam suas plataformas para influenciar diretamente bilhões de pessoas, moldando comportamentos, opiniões e até mesmo processos democráticos. Ao mesmo tempo, a dependência tecnológica global cria novos dilemas éticos, como a concentração de poder em poucas corporações.

MULTINACIONAIS COMO EXTENSÕES DO PODER ESTATAL

EMPRESAS COMO FERRAMENTAS DE DIPLOMACIA

Em muitos casos, multinacionais atuam como extensões do *soft power* estatal. A Huawei, por exemplo, é vista como um braço estratégico da China, promovendo avanços tecnológicos enquanto enfrenta críticas sobre espionagem e violações de privacidade. De forma semelhante, empresas americanas como Apple e Tesla refletem os valores de inovação e liberdade característicos da diplomacia cultural dos Estados Unidos.

PARADOXOS DA DIPLOMACIA CORPORATIVA

Embora multinacionais frequentemente representem seus países de origem, elas também criam tensões. A disputa tecnológica entre Estados Unidos e China, exemplificada pelas restrições à Huawei, demonstra como o *soft power* corporativo pode se tornar um campo de batalha geopolítico.

ESTRATÉGIAS DE *SOFT POWER* CORPORATIVO

SUSTENTABILIDADE COMO FERRAMENTA DE INFLUÊNCIA

Empresas que adotam práticas sustentáveis se posicionam como líderes morais. A Natura, com seu compromisso com a biodiversidade amazônica, não apenas promove produtos, mas também reforça a imagem do Brasil como um país rico em recursos naturais e diversidade cultural.

CULTURA E PARCERIAS LOCAIS

Multinacionais utilizam parcerias culturais e eventos esportivos para consolidar sua presença global. A Coca-Cola, patrocinadora oficial de eventos como a Copa do Mundo, associa sua marca a emoções universais como celebração e união.

INOVAÇÃO E DISRUPÇÃO TECNOLÓGICA

Startups e gigantes da tecnologia, como SpaceX, utilizam a inovação para gerar impacto positivo e moldar políticas públicas. Elon Musk, por exemplo, se tornou um símbolo de inovação disruptiva, influenciando discussões globais sobre energia renovável e exploração espacial.

IMPACTOS E DESAFIOS ÉTICOS DO *SOFT POWER* CORPORATIVO

RISCOS DE GREENWASHING

Práticas como greenwashing – quando empresas exageram ou distorcem seus compromissos ambientais – minam a credibilidade do *soft power* corporativo. Casos como o da Volkswagen, envolvida no escândalo de emissões, ilustram os danos reputacionais de estratégias não alinhadas à sustentabilidade real.

A INFLUÊNCIA DESPROPORCIONAL NO PROCESSO POLÍTICO

Grandes corporações frequentemente exercem influência desproporcional em processos políticos, por meio de lobbying e financiamento de campanhas. Isso levanta questões sobre o equilíbrio entre poder econômico e transparência democrática.

IMPACTO NAS DESIGUALDADES GLOBAIS

Embora multinacionais promovam desenvolvimento em mercados emergentes, elas também enfrentam críticas por explorar mão de obra barata e recursos naturais de países em desenvolvimento, perpetuando desigualdades globais.

PROPOSTA DE MENSURAÇÃO DO *SOFT POWER* CORPORATIVO

Para mensurar a eficácia do *soft power* corporativo, este artigo propõe um modelo analítico baseado em cinco dimensões principais:

1. **Alinhamento ESG:** O grau de comprometimento com práticas ambientais, sociais e de governança.

2. **Influência Cultural:** A capacidade de exportar valores e cultura organizacional.
3. **Inovação Tecnológica:** Impacto de soluções tecnológicas em questões globais.
4. **Reputação Ética:** Transparência em práticas corporativas e responsabilidade social.
5. **Impacto Geopolítico:** Contribuições para agendas globais e relações internacionais.

O FUTURO DO *SOFT POWER* CORPORATIVO

A ASCENSÃO DA ECONOMIA CIRCULAR

Empresas que liderarem a transição para a economia circular – como Adidas e suas práticas de reaproveitamento – terão vantagem competitiva no cenário global.

DIPLOMACIA DIGITAL E IA

O avanço da inteligência artificial ampliará o papel das Big Tech como protagonistas das relações internacionais. Contudo, esse poder crescente exigirá maior regulamentação para evitar abusos.

REGULAÇÃO INTERNACIONAL

A regulamentação de práticas corporativas será essencial para equilibrar poder e responsabilidade. Organizações como a ONU e OCDE devem liderar a criação de padrões globais, garantindo que o *soft power* corporativo seja utilizado de forma ética.

CONCLUSÃO

O *soft power* corporativo emergiu como um elemento central das relações internacionais, permitindo que multinacionais moldem percepções e influenciem políticas globais. Apesar de seus benefícios, práticas inadequadas podem gerar riscos éticos, reputacionais e geopolíticos. Empresas que equilibrarem inovação com responsabilidade

terão maior capacidade de promover mudanças significativas no cenário global, mantendo sua legitimidade e relevância em um mundo em constante evolução.

REFERÊNCIAS

- Nye JS. **Soft Power: The Means to Success in World Politics**. Public Affairs; 2004.
- Schwab K. **The Fourth Industrial Revolution**. Crown Business; 2017.
- Carroll AB, Shabana KM. **The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research, and Practice**. *International Journal of Management Reviews*. 2010;12(1):85–105.
- OECD. **Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct**. OCDE; 2018.
- Kiron D, Kruschwitz N, Haanaes K. **Sustainability Nears a Tipping Point**. *MIT Sloan Management Review*. 2012;53(2):69–74.
- Vernon R. **Sovereignty at Bay: The Multinational Spread of U.S. Enterprises**. Longman; 1971.
- Wilkins M. **The Emergence of Multinational Enterprise: American Business Abroad from the Colonial Era to 1914**. Harvard University Press; 1970.
- Young IM. **Responsibility and Global Labor Justice**. *Journal of Political Philosophy*. 2004;12(4):365–88.
- Submissão: junho de 2024. Aceite: julho de 2024. Publicação: dezembro de 2024.