

## A Responsabilidade Social Corporativa veiculada na imprensa capixaba

Clarisse Souza Barboza

Karlla C. Gaiba Rebuli

Universidade Federal do Espírito Santo

**Resumo:** Este trabalho procura abordar a utilização da Responsabilidade Social Corporativa como uma estratégia das empresas de mineração para não só gerar valor, mas conseguir uma licença social para operar, e evitar contestações. O objetivo é responder ao questionamento se as empresas de mineração, sabendo dos impactos negativos nas esferas social, ambiental e até mesmo econômica, buscam construir uma imagem de imprescindibilidade perante a sociedade e estado, através da aplicação da Responsabilidade Social Corporativa, criando assim no imaginário da população a ideia de que suas atividades seriam indispensáveis. A hipótese é de que essa prática é utilizada como estratégia para diminuir as contestações e possibilitar a expansão predatória da mineração, e será verificada a partir de reportagens coletadas em veículos de imprensa físicos e virtuais capixabas que tenham como tema grandes empresas do setor metalmeccânico do Espírito Santo e os impactos de suas atividades no estado.

**Palavras-chaves:** Responsabilidade Social Corporativa; Mineração; Imprensa Capixaba.

**Abstract:** This paper intend to demonstrate the use of Corporate Social Responsibility as a strategy for mining companies to not only generate value, but also obtain a social license to operate, and avoid disputes. The objective is to answer the question whether mining companies, aware of the negative impacts in the social environmental and even economic spheres, intend to build an image of indispensability to society and the state, through the application of Corporate Social Responsibility, thus creating in the imagination the idea that their activities would be indispensable. The hypothesis is that this practice is used to reduce disputes and enable the predatory expansion of mining, and will be verified from reports collected in physical and virtual press vehicles in Espírito Santo that have as their theme large companies in the metal-mechanical sector of Espírito Santo and the impacts of its activities in the states.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility; Mining; Capixaba Press.

## Introdução

Este artigo é derivado de dois projetos de Iniciação Científica, já finalizados, desenvolvidos pelas autoras no âmbito do Programa Institucional de Iniciação Científica da Universidade Federal do Espírito Santo e vinculados à pesquisa *A Samarco, o Estado e a Sociedade diante do desastre da Barragem de Fundão (MG)*, coordenada pela Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Marta Zorzal e Silva e financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (FAPES).

As relações dentro da atividade mineradora são notoriamente complexas, e podem ser compreendidas a partir do conceito de Rede Globais de Produção (RGPs). Entendida como um modelo de análise das relações entre globalização, sistemas de produção e desenvolvimento econômico (MILANEZ et al, 2013), a RGPs floresceu nos anos 2000 tendo como foco as atividades inseridas no contexto da globalização econômica<sup>1</sup>.

No Brasil e na América Latina, as mudanças sociais e econômicas a partir dos anos 2000, segundo Milanez et al (2017), têm sido permeadas por disputas territoriais e sociais, tendo como uma das suas pautas a apropriação e controle dos bens naturais e comuns pelas corporações extrativas de modo excludente, sem o retorno esperado para a comunidade (Milanez et al, 2018). A relação do Brasil com o minério de ferro é estruturada na ideia de dependência econômica, uma vez que a *commodity* ocupa uma posição importante na economia do país, além de que este se posiciona no ranking internacional como o terceiro maior exportador de ferro do mundo, segundo estatísticas de 2011<sup>2</sup> (Milanez et al, 2013).

São várias as consequências da atividade mineradora, que podem ser percebidas na saúde dos moradores do local de atuação das empresas, na poluição atmosférica, contaminação hídrica, desmatamento, além de inchaço urbano, favelização, aumento da violência e sobredemanda de serviços públicos como saúde e segurança (DAVIS e TILTON, 2005, apud LOPES et al, 2020). Apesar dos impactos negativos, as empresas ainda se mantêm bem posicionadas perante a maioria da população, as quais encaram suas atividades como necessárias para o desenvolvimento econômico das regiões onde as

---

<sup>1</sup> Sistemas transnacionais de produção de matérias-primas, de bens de serviços intermediários e finais (MILANEZ et al, 2013).

<sup>2</sup> Este dado é do período conhecido como o do *boom* e *pós-boom* das *commodities* minerais, onde houve um movimento ascendente dos preços internacionais desses bens entre os anos de 2003 e 2011 (Milanez et al, 2017).

corporações atuam. Para entender essa relação entre empresa e sociedades, surgiram algumas teorias, uma delas é a da Identificação Social, que se expressa na identificação da população com a empresa, graças aos benefícios econômicos gerados por suas atividades, e essa relação desestimula qualquer tipo de medida contrária às empresas, mesmo que elas provoquem ou possam provocar danos à coletividade (BAZERMAN & TENBRUNSEL, 2001, apud PIRES, 2018). Para evitar contestações às suas atividades, graças aos impactos oriundos delas, as empresas constroem estratégias para obter a licença social para operar<sup>3</sup> as atividades de mineração e evitar contestações, uma vez que “os custos potenciais correspondem ao risco de greve e de perdas financeiras que resultem também em um dano de imagem da corporação e na relação com os clientes” (GIFFONI, 2019, p. 27). As empresas devem, nesse sentido, dedicar certo esforço para garantir a aceitação das comunidades locais e promover um clima de estabilidade política, uma vez que:

Desentendimentos ou disputas judiciais com grupos locais, inclusive com grupos indígenas, movimentos sociais organizados e comunidades locais, [que] podem causar atrasos ou interrupções [nas] operações, afetar adversamente nossa reputação ou ainda prejudicar nossa capacidade de desenvolver nossas reservas e conduzir nossas operações (MILANEZ, 2018, p. 27).

É nesse contexto que a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) surge como uma estratégia poderosa para garantir a legitimidade social e a licença para operar. A RSC tem adquirido cada vez mais importância para as organizações, consolidando-se como um fator preponderante ao nível da Comunicação Estratégica para a criação de vantagem competitiva e de valor para os *stakeholders*<sup>4</sup>.

As pesquisas sobre Responsabilidade Social Corporativa (RSC) floresceram a partir dos anos 2000, devido ao avanço acelerado da globalização e o crescente poder político e econômico das grandes corporações (FARIA et al, 2008). A globalização transformou a grande corporação em um ator tão ou mais importante do que Estados ou governos, os quais tiveram seu poder de atuação diminuído em relação às empresas. Desde então, os impactos negativos de suas atividades, como desastres ambientais, abuso de consumidores, interferência nas políticas públicas entre outras questões, passaram a ser vistos como

---

<sup>3</sup> As empresas atuam no sentido de modificar as formas de relacionamento entre empresa e comunidade, de modo a neutralizar a crítica social, estabilizar socialmente o terreno em que operam e garantir a licença social para operar (GIFFONI, 2019, p. 13).

<sup>4</sup> Designa todos os atores sociais e instituições que afetam ou são afetados pelas ações das empresas (FREEMAN, 1984, apud GIFFONI, 2019, p. 32).

“normais” graças às estratégias montadas pelas corporações para justificarem suas atividades, enquanto um “mal necessário”, que mesmo trazendo impactos negativos, traria desenvolvimento econômico e bem estar. (FARIA et al, 2008, p. 13). Em síntese, a RSC é o envolvimento da empresa em atividades que vão além do que é requerido por lei, e que consequentemente assegura uma vantagem competitiva e a melhora de sua imagem perante a sociedade civil (BOECHAT e BARRETO, 2018).

No entanto, as ações de Responsabilidade Social Corporativa se configuram como estratégica, uma vez que a empresa as utiliza com objetivos implícitos, nesse caso, a busca pela aceitabilidade social em troca dos benefícios gerados pelo investimento. Trata-se, portanto, de estratégia e prática empresarial que tem efeitos significativos sobre as sociedades onde elas se situam, ou seja, não se trata de um campo de práticas e conhecimentos limitado às fronteiras da corporação, mas sim as práticas vinculadas às externalidades que elas produzem. (FARIA et al, 2008).

Segundo Lima (2018) uma das estratégias das empresas de mineração é a comunicação corporativa por meio da qual as boas práticas da Responsabilidade Social são publicizadas nos principais meios de comunicação, o que permite criar uma base discursiva de modo a modelar a interpretação do outro a partir da maneira como a corporação se apresenta. Além disso, evidencia-se o discurso sobre a importância da mineração para a economia e a estreita relação de dependência entre o crescimento econômico da sociedade com o crescimento da atividade mineradora. Desse modo, utilizando-se da comunicação estratégica, tentam passar uma imagem positiva de suas atividades no âmbito social e de que são ambientalmente sustentáveis, criando assim um enraizamento através da identificação social graças à geração de empregos e aumento de arrecadação fiscal para o Estado.

Compreende-se, assim, a utilização das estratégias de comunicação corporativa como forma de veicular e efetivar as ações de RSC, de forma articulada, a fim de proporcionar “compreensão” e o reconhecimento do valor de uma empresa para a sociedade.

### **Embasamento Teórico**

As empresas transnacionais estão utilizando toda uma série de estratégias corporativas para se apresentarem perante a sociedade como principal ator para recuperação socioeconômica e promotoras de desenvolvimento. Atuam visando

intensificar sua capacidade de acumulação, e desenvolvem diversas estratégias corporativas para afirmar a percepção de que grande parte da sociedade necessita delas. Assim, desde o final dos anos 90, elas empreendem diferentes estratégias para transmitir à sociedade a mensagem de que são parte da solução, mais do que problema (RAMIRO, 2015).

No Brasil, a economia é movimentada principalmente pela extração de minério de ferro que se concentra, principalmente, nos estados de Minas Gerais e Pará. Em 2015, esses estados foram responsáveis, respectivamente, por 69% e 30% das operações envolvendo esse minério, e isto contribuiu para o país ter sido, neste mesmo ano, o maior exportador de minérios da América Latina e o segundo maior do mundo (MILANEZ, apud WEISS, 2019). Com isto, a sociedade passou a reconhecer que as empresas mineradoras, grandes exportadoras e geradoras de riquezas, deveriam e poderiam assumir uma maior responsabilidade com as questões sociais.

Entre as estratégias empresariais encontra-se a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) que viabiliza a criação de valor e a imagem de que são responsáveis de modo a interagir positivamente com a comunidade. De acordo com diversos autores esta estratégia tem sido foco das empresas de mineração<sup>5</sup>. A estratégia de RSC consiste na atuação empresarial em outras dimensões tais como: sociais, ambientais, culturais entre outras, utilizando para tanto práticas de relações com a sociedade, que veio no rastro da ideia de desenvolvimento sustentável que floresceu nas últimas décadas do século 20 (SCHROEDER, 2004; RAMIRO et al, 2009).

Assumindo causas sociais, as empresas estariam devolvendo à sociedade parte dos recursos humanos e naturais que consumiram para a alavancagem do lucro de sua atividade, esse argumento é uma justificativa para a ação da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) (SCHROEDER, 2004). Com isto, a sociedade passou a reconhecer que as empresas mineradoras, grandes exportadoras e geradoras de riquezas, deveriam e poderiam assumir uma maior responsabilidade com as questões sociais.

Apesar dessa narrativa em torno do entendimento do que seriam os objetivos da RSC e das controvérsias que existem em torno dessa prática empresarial, sobretudo em razão das estratégias utilizadas pelas corporações visando obter legitimidade para seus negócios,

---

<sup>5</sup> Ver entre outros: Ramiro (2015); Banerjee (2018); Ramiro; Zubizarreta (2009)

a concepção em relação ao que se entende por RSC passou a ser questionada e problematizada por diferentes atores sociais. Schroeder (2004) argumenta sobre o perigo da Responsabilidade Social Corporativa, considerando que a comunidade em geral pode tornar-se bastante tolerante aos abusos cometidos por uma empresa que atua diretamente nas causas sociais.

Essas estratégias servem para legitimar suas posições e persuadir partidos, governos e *stakeholders*, com o objetivo de promover um bom relacionamento com a comunidade regional, fundamental para amenizar suas preocupações com protestos e obter apoio das comunidades e assim conseguir a licença social para operar, que seria conquistada através de estratégias de RSC empreendidas pela empresa. Entrariam, segundo Raquel Giffoni (2019) na categoria de “estratégia de não-mercado” ou “estratégias de política empresarial”, que diz respeito às interações sociais da empresa para além do âmbito estritamente comercial, envolvendo ações com a finalidade de influenciar atores institucionais e políticas públicas (LOCH e GUNTHER, 2015, apud GIFFONI, 2019).

### **Responsabilidade Social na imprensa capixaba**

A Responsabilidade Social Corporativa se apresenta de maneira diversificada, evoluindo quer no seu conceito, quer na sua forma de aplicação. É uma forma de as empresas mostrarem uma conduta ética e construir uma imagem positiva. Os programas de RSC são planejados no sentido de minimizar os riscos de contestações e garantir que as atividades ocorram. Esta prática entrou na agenda das grandes empresas, especialmente nas últimas duas décadas, como consequência da globalização, o crescimento das tecnologias de informação e o ativismo por parte dos consumidores (MAIA, 2013).

Vários são os autores (LOU e BHATTACHARYA, 2006; WRIGHT e RWABIZAMBUGA, 2006, apud MAIA, 2013) que defendem a utilização da Responsabilidade Social Corporativa como uma estratégia de relações públicas na medida em que reforça a reputação da empresa e garantem a sua legitimidade. A publicização dos relatórios de sustentabilidade tem sido o meio mais utilizado e mais formal para comunicar a Responsabilidade Social Corporativa, mas não é a única maneira, pois encontra algumas falhas de comunicação com os *stakeholders*, pela sua formalidade e linguagem que não está ao alcance de todos (MAIA, 2013).

Desse modo, as empresas mineradoras utilizam os meios de comunicação de maneira estratégica para informar quais são as ações que as mesmas adotam e executam de modo a contribuir com a coletividade, demonstrando seu comprometimento com a sustentabilidade e com o desenvolvimento socioeconômico da região de atuação, destacando suas práticas de Responsabilidade Social, gerando na população uma identificação e conseqüentemente diminuindo as possibilidades de contestações por parte dos *stakeholders* contra suas práticas que de alguma forma pode apresentar insegurança à população. Em vista disso, procuraremos compreender como essa comunicação é construída nos veículos de imprensa do Espírito Santo.

Um significativo exemplo da influência da RSC está nos apelos da Prefeitura de Anchieta, município da região sul do Espírito Santo, pela manutenção dos empregos na mineradora Samarco, que teve suas atividades paralisadas em novembro de 2015 após o rompimento de barragem de rejeitos de minério em sua unidade em Mariana (MG).

O prefeito de Anchieta (litoral sul do Estado), Marcus Assad (PTB), está cobrando a manutenção dos trabalhadores da mineradora Samarco, que estão de licença remunerada desde a paralisação das atividades da fábrica no polo de Ubu. Ele afirma que a estabilidade dos empregos tem um custo muito baixo diante de todos os prejuízos causados pelo rompimento de duas barragens da empresa no município de Mariana (MG).

[...] Em nota divulgada, a Prefeitura de Anchieta acompanha atentamente o caso envolvendo o rompimento das barragens da Samarco em Minas Gerais. O município entende que houve uma grande extensão de danos coletivos para uma enorme população, defendendo uma rápida solução para o caso, envolvendo a imediata atividade de recuperação ambiental e o reparo total dos danos às famílias atingidas (SAMORA, 2015, [s.n.]).

A narrativa de que o pleno funcionamento da Samarco é essencial para a manutenção da vida em Anchieta ficou mais evidente depois de 2015, mas é fomentada, pelo menos, desde os primeiros anos da década de 2000, com os projetos de expansão das estruturas produtivas da empresa no município (BRIDI, 2005; PAULA; GUZZO, 2010). Caminham no mesmo sentido a preocupação reproduzida na imprensa acerca da diminuição da arrecadação de impostos no município (MINERADORA, 2015).

Em contrapartida, o mesmo destaque não é dado às questões ambientais do município, em especial àquelas diretamente relacionadas às atividades da Samarco. Em 2015, integrantes de movimentos ambientais chamaram à atenção para a poluição da Lagoa

Mãe-Bá com rejeitos de minério de ferro da empresa - situação vigente antes mesmo do rompimento da barragem em Minas Gerais (MEDEIROS, 2015)<sup>6</sup>.

Mesmo quando são destacadas vantagens na manutenção das atividades da empresa, são deixadas lacunas: a cada nova obra anunciada pela Samarco em Anchieta, eram divulgadas as vagas de emprego que seriam abertas (como em Bridi, 2005). No entanto, boa parte destes novos postos de trabalho estaria sujeita a contratos de terceirização. Como apontam sociólogos brasileiros, a mão de obra terceirizada está sujeita a condições precárias de trabalho, como baixos salários, jornada exaustiva e diminuição de direitos trabalhistas (ANTUNES, 2018; BRAGA, 2012).

Quando veículos de imprensa de grande circulação reproduzem parcialmente as consequências de atividades de grandes corporações para seus leitores, priorizando os dados que privilegiam os interesses destas empresas, o debate na sociedade é prejudicado, haja vista o *déficit* de informações disponíveis. Em outras palavras, o poder de questionamento da população sujeita à influência destas grandes empresas, como a Samarco, é diminuído.

### **Considerações Finais**

A partir da extensa bibliografia analisada e dos excertos de reportagens apresentados acima, podemos concluir que empresas mineradoras, apoiadas pela disponibilidade de veículos de imprensa em reproduzir suas narrativas, constroem uma imagem de imprescindibilidade aos grupos sociais impactados pelas suas atividades. O exemplo do Espírito Santo é especialmente significativo, dada a influência da exportação de minério de ferro na balança comercial do estado.

A noção de que grandes mineradoras como a Samarco não podem parar de funcionar para que haja manutenção da vida permeia o cotidiano da população e se infiltra nos assuntos e demandas do poder público, como foi verificado em relação ao município de Anchieta, cujo prefeito foi aos jornais publicizar a preocupação com vagas de emprego, mas não se manifesta acerca da poluição ambiental na cidade.

---

<sup>6</sup> As reportagens em que se fazem presentes relatos e apelos de atores contrários às atividades poluidoras de grandes corporações foram encontradas, em sua maioria, no jornal *online* *Século Diário*, onde prevalece uma retórica combativa a estas questões, diferente dos jornais impressos aqui analisados. Não se trata de uma coincidência, e sim de uma escolha ou posicionamento editorial.

Não queremos dizer aqui que a questão do desemprego é menos importante que a dos impactos e desastres ambientais - nem queremos estabelecer uma hierarquia entre estes e outros assuntos. O que questionamos é a preferência dada por atores socialmente influentes a determinadas problemáticas, que leva a uma percepção equivocada da sociedade acerca das vantagens e desvantagens da atuação das grandes corporações - que, sozinhas, já têm um aparato de justificação, e contam com a imprensa para legitimá-las.

### Referências Bibliográficas

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. 1. Ed. São Paulo: Boitempo, 2018.

BANERJEE, Subhabrata Bobby. Transnational power and translocal governance: The politics of corporate responsibility. **Human Relations**, 2018, Vol. 71(6) 796–821

BOECHAT, Anna Carolina; BARRETO, Ana Margarida. **Uma reflexão conceptual sobre a Responsabilidade Social Corporativa e sua relação com a Comunicação Estratégica**. Revista Media&Jornalismo, 2018.

BRAGA, R. **A política do precariado**: do populismo à hegemonia lulista. 1. Ed. São Paulo: Boitempo, 2012.

BRIDI, Rita. Samarco investe R\$ 2 bilhões na produção de pelotas. **A Gazeta**, Vitória, 27 jan. 2005.

FARIA, Alexandre; SAUERBRONN, Fernanda Filgueiras. **A responsabilidade social é uma questão estratégica?** Uma abordagem crítica. Revista Administração Pública – RAP. Rio de Janeiro: Jan./Fev. 2008.

LIMA, Fábria. **A mineração se reinventa**: Um estudo sobre o *ethos* discursivo das mineradoras brasileiras. Universidade Federal de Minas Gerais, Departamento de Comunicação Social, FAFICH. Pampulha, Belo Horizonte – MG, 2018.

LOPES, Juliana Campos; DEMAJOROVIC, Jacques. **Responsabilidade Social Corporativa**: uma visão crítica a partir do estudo de caso da tragédia socioambiental da Samarco. Cadernos EBAPE, v. 18, nº 2, Rio de Janeiro, Abr./Jun. 2020.

MAIA, Mónica Correia. **A importância estratégica de comunicar a Responsabilidade Social Corporativa**. ISCTE Business School: Instituto Universitário de Lisboa, 2013.

MEDEIROS, M. ‘A mesma lama que jogaram no rio Doce estão jogando na lagoa Mãe-Bá’. **Século Diário**, Vitória, 25 nov. 2015. Disponível em: <https://seculodiario.com.br/public/jornal/materia/ija-mesma-lama-que-jogaram-no-riodoce-estao-jogando-em-mae-baij>. Acesso em: 26 nov. 2015.

MILANEZ, Bruno et al. **A Estratégia Corporativa da Vale S.A.:** Um modelo analítico para Redes Globais Extrativas. Versos – Textos para Discussão PoEMAS, 2018.

MILANEZ, Bruno. In: WEISS, Joseph S. (org.). **Movimentos socioambientais:** lutas, avanços, conquistas, retrocessos, esperanças. Formosa – Xapuri Socioambiental, 2019.

MILANEZ, Bruno; SANTOS, Rodrigo Salles dos. **Estratégias Corporativas no setor extrativo:** uma agenda de pesquisa para as ciências sociais. Caderno Eletrônico de Ciências Sociais, Vitória, v. 5, n. 1, pp. 1-26, 2017.

MILANEZ, Bruno; SANTOS, Rodrigo Salles Pereira dos. **A Rede Global de Produção (RGP) do Minério de Ferro:** empresas, Estado e agentes de contestação. Salvador (BA), 10 a 13 de setembro de 2013, XVI Congresso Brasileiro de Sociologia. Grupo de Trabalho: Sociologia Econômica.

MINERADORA dá férias coletivas. **A Tribuna**, Vitória, 10 nov. 2015, p. 4.

PAULA, Alessandro; GUZZO, Rafael. Mineroduto cria 800 vagas no Estado. **A Tribuna**, Vitória, 20 mar. 2010.

PINTO, Raquel Giffoni. **Conflitos ambientais, corporações e as políticas do risco**. Rio de Janeiro, RJ: Garamond, 2019.

RAMIRO, Pedro. Las multinacionales y a reponsabilidade social corporativa: de la ética a la rentabilidade. In: ZUBIZARRETA, Juan Hernandez; RAMIRO, Pedro (eds.). **El negocio de la responsabilidad**. Critica de la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas transnacionales. Barcelona: Icaria editorial, 2009, p.47-78.

RAMIRO, Pedro. **Resistencias, Regulaciones y alternativas:** de las estrategias empresariales a las propuestas de transición. Lan Harremanak/33, 2015.

SAMORA, Nerter. Prefeito de Anchieta e MPT-ES querem impedir demissão em massa na Samarco. **Século Diário**, Vitória, 13 nov. 2015. Disponível em: <<https://seculodiario.com.br/public/jornal/materia/prefeito-de-anchieta-e-mptes-querem-impedir-demissao-em-massa-de-trabalhadores-da-samarco>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

SCHROEDER, Jocimari Tres; SCHROEDER, Ivanir. **Responsabilidade Social Corporativa**: limites e possibilidades. Fundação Getúlio Vargas - Escola de Administração de Empresas de São Paulo, 2004.

WANDERLEY, Luiz Jardim (2017). Do Boom ao Pós-Boom das commodities: o comportamento do setor mineral no Brasil. **Versos**, v.1, n. 1. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/poemas/versos/edicoes/>>. Acesso em: 26 de nov. 2020.