

## Uma abordagem interpretativista para a sustentabilidade a partir das narrativas no Setor de Mineração

*An interpretative approach to sustainability in the logics of production and consumption from the narratives in the Mining Sector*

**Flavia Luzia Oliveira da Cunha Galindo\*, Barbara Maria Meneses Gomes**

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CPDA/UFRRJ), RJ, Brasil

### RESUMO

A sustentabilidade tem sido apresentada como um conceito homogêneo que articula e define muitos valores da sociedade atual nas questões de produção e consumo. Neste artigo, foi possível exercitar o desenvolvimento de uma sociologia das práticas de comunicação de marketing. Assim, a sustentabilidade como uma noção homogênea, é discutida a partir de duas diferentes visões de mundo, disseminadas por uma empresa de mineração e por um de seus grupos de interesse, contrários à atividade de mineração, em diálogos que se iniciam a partir da publicação de Relatórios de (In)Sustentabilidade anuais. Ainda que as práticas sustentáveis sejam definidas por indicadores globais no mundo empresarial que buscam a legitimação, pode-se observar como a sustentabilidade é uma construção social negociada de forma permanente pelos indivíduos. Como resultado, concluiu-se que a sustentabilidade é um conceito recente e pouco elástico, que parece não comportar toda e qualquer atividade empresarial em seu *framework* prático e/ou simbólico.

**PALAVRAS-CHAVE:** Sustentabilidade; Sociologia do marketing; Setor de Mineração.

### ABSTRACT

*Sustainability has been presented as a homogeneous concept that articulates and defines many values of the current society in the questions of production and consumption. In this article, we develop a sociology of marketing communication practices. Thus, sustainability as a homogeneous notion is discussed from two different world views disseminated by a mining company and one of its interest groups opposed to the mining activity, in dialogues that begin with the publication of (In) Annual Sustainability. Although sustainable practices are defined by global indicators in the business world that seek legitimacy, we observe how sustainability is a social construction permanently negotiated by individuals. As a result, sustainability is a recent concept and little elastic, which does not seem to include any business activity in its practical and / or symbolic framework.*

**KEYWORDS:** Sustainability; Sociology of marketing; Mining Sector.

Submissão: 27 junho 2017

Aprovação: 25 agosto 2017

### \*Flavia Luzia Oliveira da Cunha Galindo

Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CPDA/UFRRJ). Professora adjunta no DCA/ICSA/UFRRJ, vice-coordenadora no Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia (MPGE/UFRRJ) e gestora do Convênio MPGE/UFRRJ e IFRJ. (CEP 23890-000 - Seropédica, RJ, Brasil).

E-mail: flaviagalindo@uol.com.br  
Endereço: Rodovia BR 465, Km 07, s/n - Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia (Prédio da PPG) Zona Rural, Seropédica - 23890-000, RJ, Brasil.

### Barbara Maria Meneses Gomes

Mestranda Profissional em Gestão e Estratégia pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (MPGE/UFRRJ). MBA em Gerenciamento de Projetos na FGV e MBA Executivo Internacional na Universidade de Ohio.

E-mail:

barbara.m.m.gomes@hotmail.com

## 1 INTRODUÇÃO

Há uma preocupação generalizada com a sustentabilidade do modo de vida atual que, por vezes, eleger o consumo, como o grande vilão da humanidade no século XXI, causa principal de um modo de vida insustentável que articula novas lógicas e comportamentos sociais em prol de uma nova forma de viver mais alinhada com o ideário da sustentabilidade (Ali & Huda, 2015). Na literatura empresarial, o movimento pela sustentabilidade representou novas oportunidades de atuação que possibilitam reduzir custos e incrementar a participação de mercado (Simons, Slob, Holswilder, & Tukker, 2001; Hart & Milstein, 2004; Hart, 2005; Prahalad, 2005; Oppen & Brugman, 2011). Porém, em um cenário de variabilidade cultural resultante de diversos contextos socioestruturais, observa-se que o homem se preocupa, cada vez mais, com a crise ambiental e se questiona sobre os modos de produção e de desenvolvimento que regem a vida humana. E a noção de sustentabilidade, que representa a melhor saída para a perpetuidade, está longe de ser um conceito aceito com unanimidade. Ao contrário, para algumas pessoas, a sustentabilidade parece ser um conceito sofismático, principalmente para os cientistas que, recentemente, divulgaram estudos que fortalecem uma nova ética e ordem moral para a produção e o consumo de bens, produtos e serviços. A ciência tem se esforçado em apresentar evidências de mudanças ambientais causadas pela ação do homem na Terra, uma metamorfose que deflagraria o início de um novo período geológico denominado Antropoceno<sup>1</sup> (Artaxo, 2014), que Latour (2014) compreende como a melhor opção para se sair do projeto de modernidade.

Se houve uma época cuja “culpa” por um modo de vida desigual e ambientalmente incorreto recaía, alternadamente, sobre os ombros dos consumidores e das grandes empresas produtoras, a complexidade temática atual *per se* incorpora diversos atores, tais como ciência, mídia, estado, mercado e instituições e levam a tentar entender como as lógicas da sustentabilidade articuladas em narrativas nem sempre homogêneas, interferem na vida do homem comum.

## 2 OBJETIVO

É preciso contextualizar que, para além das práticas sustentáveis (ou não) do mundo empresarial, ela é resultante de uma ampla discussão em várias esferas que resultam em um forte movimento em prol da sustentabilidade (Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento [CMMAD], 1991; Organização das Nações Unidas [ONU], 2000; Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento [PNUD], 2010). Do ponto de vista macrossocial, estas forças resultam no fomento e criação de leis e novas regulamentações que tentam proteger o meio ambiente (Hart, 2005; Prahalad, 2005; Oppen & Brugman, 2011), mas que, por vezes, resultam difusas, fragmentando a própria noção de sustentabilidade como um conceito homogêneo e amplamente aceito socialmente. A relação entre o desenvolvimento dos negócios e o sustentável é uma questão relativamente nova, introduzida na década de 1980, mudando não só o comportamento de consumidores, como também o relacionamento entre empresas e o meio ambiente, e a exploração, por parte da indústria, do capital natural (Park, 2008).

Fugindo da dicotomia da culpa que pendula entre indústria e consumo, a discussão sobre uma vida humana sustentável parece pedir por uma transformação na forma como os indivíduos lidam com os recursos minerais, essenciais no dia a dia, que se constituem em matérias-primas basilares de um grande número de bens e produtos (Moreira, 2003). O minério de ferro é a matéria-prima do aço e 20% de seu uso se destinam à construção de moradias, além do emprego no Setor Automotivo e em diversos Setores Econômicos (Instituto Brasileiro de Mineração [IBRAM], 2012). São números expressivos que merecem ser analisados para um questionamento sobre esta atividade e

---

<sup>1</sup> A proposta é defendida em um estudo pela revista *Science*, liderado por Colin Waters, cientista do Serviço Geológico Britânico. Segundo o geólogo, o Antropoceno passou a exibir a maior parte de seus sinais distintivos a partir de 1950, e encerra a época do Holoceno, que começou há 11.700 anos.

suas consequências. Sobretudo, a exploração, a extração e o processamento do minério de ferro estão associados a bens e produtos que trazem conforto para o homem, mas causam impactos socioambientais que podem destruir a fauna e flora, impactando os moradores locais (IBRAM, 2012). Isso posto, a atividade de mineração está diretamente relacionada com a noção de sustentabilidade, e trata-se de uma atividade produtiva em constante estado de alerta e suspeita, pois não só depende estritamente da natureza como a modifica, seguindo o curso histórico que incorpora, concretiza e simboliza o meio ambiente natural à sociedade (Sassen, 2003; Harvey, 2003).

No que diz respeito ao consumo do minério de ferro na vida humana, entende-se como axiomático o fato de que não é possível mudar o modo de vida atual e destituir o ferro em todos os seus usos atuais em moradias, automóveis ou quaisquer outros produtos da vida moderna. Essa condição agrava e dá mais relevância ao alerta de Barreto (2001), que chama a atenção para o fato de que o minério de ferro é um recurso não renovável, que impossibilita a reconstituição das áreas degradadas, já que o minério, uma vez retirado, não retornará ao espaço escavado na terra. Mas não se trata somente do uso funcional do minério extraído. Deve-se considerar, também, a força simbólica do impacto visual das áreas exploradas que provocam grande repercussão psicológica e simbólica na população (Barreto, 2001). Eis as elaborações de intensos debates nos quais diversos Setores Sociais se indagam se é possível construir, operar e encerrar uma indústria da mineração sem provocar impacto social, ambiental e econômico, levando a uma intensa disputa discursiva que envolve empresas e seus públicos de relacionamento. Especificamente no Brasil, a indústria da mineração tem forte presença nacional, e, por sua natureza operacional, demanda a ocupação de grandes espaços territoriais para a exploração de seus produtos. Com a tecnologia atual, as jazidas não podem ser exploradas sem a interferência na superfície, provocando desequilíbrios em biomas e ecossistemas e, portanto, tendo grande potencial de causar impactos sociais, ambientais e econômicos, como observado com o desastre ambiental em Mariana<sup>1</sup> enquanto esta pesquisa era desenvolvida.

Esse pano de fundo leva a exercitar o desenvolvimento de uma sociologia das práticas de comunicação de marketing e formular, como questão de pesquisa norteadora, como se apresenta a ideologização do conceito de sustentabilidade nas disputas narrativas entre as mineradoras no Brasil, que precisam argumentar em favor de suas operações e intervenções ambientais, e os grupos que criticam suas operações. Indaga-se como elas se justificam e como apresentam sua visão de mundo. De acordo com Boltanski e Thévenot (1999), não se pode olhar para os atores sociais (no caso, as empresas) apenas como portadores de interesses, pois a compreensão de fenômenos socioeconômicos enseja uma multiplicidade de ações justificáveis que estão subordinadas à heterogeneidade conceitual de acordo com o grupo social a que pertencem e que são capazes de articular as lógicas subjacentes aos modos de produção e consumo.

Aceitando essa perspectiva teórico-interpretativa, aceitar-se-á que, na perspectiva empresarial e econômica de um país, a atividade de mineração, com seus possíveis problemas e questionamentos, enseja justificativas posto que, práticas e ações, nem sempre têm correlação ou nem sempre se explicam por análises puramente técnicas e/ou racionais.

Diante desse cenário, o objetivo deste artigo é apresentar os resultados de uma investigação preliminar sobre a visão de sustentabilidade apresentada pela indústria mineradora e pelos grupos de interesse contrários à atividade de mineração, para problematizar suas semelhanças e/ou diferenças. O objeto de estudo se constitui nos textos do Relatório Anual de Sustentabilidade e no Relatório Anual de Insustentabilidade do Setor de Mineração nos anos de 2014 e 2015. As análises levam a concluir que, se o conceito de sustentabilidade não é suficientemente elástico para aceitar as atividades de mineração em sua formulação por parte da sociedade, por outro lado, o Setor de Mineração legitima a definição de práticas de mineração sustentáveis a partir da divulgação de práticas mitigadoras de risco ambiental. Essa lacuna entre o que representa ser sustentável ou não alimenta as distinções e conflitos entre expectativa e realidade da vida contemporânea.

### **3 DO ANTROPOCENTRISMO AO ECOCENTRISMO**

A visão antropocêntrica surgiu em meados do século XVIII pelo movimento Iluminista, que considerava que o homem deveria se emancipar por meio do seu saber. Sobretudo, este saber deve ser útil ao homem no circuito produção e consumo (Ribeiro, 2007), e o antropocentrismo tem como ideia central a superioridade do ser humano, de modo que a natureza é valorizada de um ponto de vista instrumental. Pode, portanto, assumir duas perspectivas: na primeira, a natureza é vista como um recurso econômico; na segunda, a importância da natureza está relacionada com a satisfação dos múltiplos interesses humanos, não apenas os econômicos (Almeida, 2002; Campbell, 1983). Para alguns autores, a ética decorrente do Antropocentrismo é uma das principais razões da degradação ambiental (Grun, 2006), posto que o cuidado com a natureza é sempre considerado a partir do homem e para o homem visando a sobrevivência da civilização e não da biosfera natural (Junges, 2004).

O que está no cerne desse debate é um sistema de valores produzido e reproduzido pela cultura, que tem sido escrutinado a partir de algumas mudanças que surgiram no final do século passado, quando se fortaleceu uma nova ética na relação pessoa/planeta envolvendo um outro paradigma, o ecocêntrico, no qual a preservação do ambiente natural deve ser praticada em função dele mesmo e não do homem em si (Campos, 2008; Egri & Pinfield, 1998). Nessa nova proposta, o bem-estar humano seria uma função derivada do bem-estar da Terra, e o crescimento material aumentaria os custos ambientais e sociais para além de seus benefícios, de modo que, o crescimento tornaria a humanidade mais pobre. Logo, a economia é vista de forma integrada, inseparável e completamente contida no ambiente, como um subsistema, cujo crescimento é totalmente dependente da ecossfera e de seu tamanho (Rees, 2003).

Radicalizando a ética do ecocentrismo, observa-se a emergência do Antropoceno, uma nova teoria que explica os problemas ambientais e que se baseia nas noções do tempo geológico da Terra, mais fortemente na evolução e nas transformações do planeta. Por meio de dados científicos interdisciplinares, defende-se que o homem modificou o meio ambiente com tal intensidade que sua própria espécie se vê ameaçada mediante alterações fundamentais no sistema terrestre (Artaxo, 2014). Dessa forma, as vozes dos ambientalistas almejam maior legitimidade por meio de estudos científicos que vaticinam graves problemas climáticos que impactam os recursos naturais do planeta e sua relação direta com a produção de energia, bens de consumo e, até mesmo, alimentos e água. Trata-se do fim da era do Holoceno, que se iniciou há 11.700 anos e o início da era do Antropoceno, termo criado por Paul Crutzen, Nobel de Química, em seus estudos sobre a humanidade como força destrutiva capaz de interferir e/ou provocar mudanças na atmosfera e propriedades do planeta (Artaxo, 2014; Martini, 2011).

São argumentos que qualificam o homem como o impuro<sup>2</sup>, que contamina o ambiente e o planeta como ente vivo, fragilizado e, sobretudo, sagrado e que merece ser protegido (Gladwin, Kennelly, & Krause, 1995). Tendo apresentado as éticas do antropocentrismo e do ecocentrismo, bem como o mais recente debate acerca da Era do Antropoceno, será inserido o campo empresarial nas reflexões teóricas.

### **4 DISCUSSÕES SOBRE O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NO CONTEXTO EMPRESARIAL**

Conforme já mencionado, a relação entre o desenvolvimento dos negócios e o sustentável é uma questão relativamente nova, introduzida na década de 1980, modificando o relacionamento entre a empresa e o meio ambiente. Nesse contexto, a noção de sustentabilidade se disseminou a partir da expressão “desenvolvimento sustentável”, conceituada como “aquele que atende às necessidades do

---

<sup>2</sup> Sobre o puro e o impuro, recomenda-se o amplo trabalho no campo da Antropologia proposto por Douglas (2009) e Lévi-Strauss (1958).

presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades” (CMMAD, 1991, p. 46). Os princípios dessa ideia se originam do conceito de ecodesenvolvimento, que propõe a integração entre desenvolvimento, meio ambiente e comunidades, considerando os limites de renovação dos recursos naturais (Sachs, 1993).

As organizações sustentáveis costumam ser definidas como aquelas que buscam tornar-se economicamente viáveis e competitivas no mercado, com a especial particularidade de produzir sem agredir o meio ambiente, contribuindo para o desenvolvimento social da região e do país em que atuam (Almeida, 2002; Savitz, 2007). Há, portanto, um desafio para que as organizações que almejam o adjetivo de “sustentáveis”, consigam unir o bem-estar econômico, a equidade social e a proteção ao meio ambiente a partir de ações de longo prazo. Em outras palavras, empresas sustentáveis são aquelas que integram as dimensões econômica, social e ambiental para a edificação de um novo paradigma produtivo (Elkington, 1997; Daroit & Nascimento, 2004; Cajazeira, 2009; Varadarajan, 2014), nas quais são premidas pelo forte movimento da sustentabilidade (CMMAD, 1991; ONU, 2000; PNUD, 2010) e validadas de forma recorrente por leis e regulamentações das operações fabris que regem o meio ambiente (Hart, 2005; Prahalad, 2005; Oppen & Brugman, 2011). Nesse sentido, a adesão das empresas ao modelo de desenvolvimento sustentável decorre de pressões externas como resposta às críticas e objeções das entidades governamentais e da sociedade civil organizada que responsabilizavam as empresas pelos processos de degradação social e ambiental que atingiam o planeta. Sobretudo, a adesão ao desenvolvimento sustentável tornou-se sinônimo de modernidade e competitividade empresarial, podendo ser fonte de diferenciação ou qualificação para a perenidade no mercado. Para as organizações contemporâneas, já não é possível fugir dos modelos idealizados de atuação empresarial, com valores ligados ao desenvolvimento sustentável e ao respeito às políticas ambientais que têm sido institucionalizados em maior ou menor grau nos diversos países pela mídia, pelos movimentos sociais, por ambientalistas e pelos governos (Barbieri, Vasconcelos I., Andreassi, & Vasconcelos, F., 2010).

O monitoramento da gestão sustentável tem sido normatizado por alguns instrumentos que facilitam e contribuem para a inserção da sustentabilidade na estratégia empresarial, de modo a orientar a implementação e a manutenção de sistemas de gestão, programas e atividades e garantir a transparência da comunicação com as partes interessadas e a compatibilidade entre os sistemas de gestão (Leff, 2001; Barbieri, 2007;). Todavia, discursos empresariais em prol da sustentabilidade despertam desconfiança e, por vezes, duras críticas, como as de Leff (2001) ao sugerir que tais narrativas têm servido aos interesses que não são verdadeiramente ambientais. Depreende-se que o conceito de desenvolvimento sustentável é amplo e vago, permitindo apropriações diferenciadas e ideologizadas por segmentos sociais de interesse. É uma nova forma de compreender o Setor Produtivo, pois não é somente o que ele entrega para a sociedade na forma de bens, produtos e serviços, mas como faz essa entrega e a que custo. Isso leva a refletir sobre o desenvolvimento sustentável e sua relação direta com o segmento de Mineração.

## **5 DIMENSÕES DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL APLICADOS AO SEGMENTO DE MINERAÇÃO**

Na indústria mineral, a incorporação de práticas de gestão para a sustentabilidade visa minimizar os impactos ambientais inerentes a esta atividade produtiva. O desenvolvimento sustentável no Setor de Mineração requer um compromisso de melhoria contínua ambiental e socioeconômica nas fases de exploração, operação e encerramento das atividades (Hilson & Murck, 2000). Trata-se de uma atividade produtiva em constante estado de alerta ou suspeita, pois não só depende da natureza, como a modifica, concreta e simbolicamente (Sassen, 2003; Harvey, 2003). É um setor sob o jugo de normas internacionais e, para Viana (2007), a adoção de uma política ambiental é fundamental para estar em linha com as normas internacionais, no caso, a ISO 14001. Essa norma define diretrizes para o sistema de gestão ambiental, avaliação e certificação de qualidade ambiental e critérios para avaliação da qualidade e eficácia das relações empresa/ambiente.

Em um estudo sobre o desenvolvimento sustentável na indústria mineral da Austrália, Solomon, Katz e Lovel (2008) constataram que a questão social, bastante ampla e complexa, precisa ir além da ideia de “relações com a comunidade”, sendo preciso tecer uma mudança cultural para que todas as perspectivas sociais sejam integradas e consideradas. Não à toa, surge um modelo denominado Sustainable Development Framework (SDF), desenvolvido em 2003 pelo International Council on Mining and Metals [ICMM] (2010), a fim de assegurar a padronização de práticas como forma de fazer cumprir as políticas estabelecidas nesse campo. Trata-se de homologar um compromisso público das companhias mineradoras para a implementação e manutenção de práticas comerciais éticas e de sistemas íntegros de governança corporativa. Para além, seus princípios também defendem a cultura e os direitos humanos fundamentais, preservando os costumes e os valores dos funcionários e das partes interessadas. Está previsto no SDF, rigor na implementação de estratégias de gestão de riscos baseadas em dados válidos e na ciência bem fundamentada, com atenção à saúde e segurança, conservação da biodiversidade e das abordagens integradas ao planejamento do uso da terra. É, portanto, decisão estratégica definir o *modus operandi* das mineradoras a partir de tais premissas sustentáveis como única possibilidade de diálogo com a opinião pública sobre as questões ambientais, bem como dos grupos envolvidos como trabalhadores, investidores e grupos ambientalistas (Barbieri, 2007).

Para a ocorrência desse diálogo que demanda um esforço contínuo das organizações apontarem para a sociedade sobre a real adoção de diretrizes de gestão para a sustentabilidade, necessita-se medir e coletar informações sobre desempenhos e investimentos socioambientais. O relatório socioambiental, relatório social corporativo ou relatório de sustentabilidade são documentos que podem ser entendidos como meios de comunicação para os *stakeholders* que relatam os principais indicadores de sustentabilidade, divulgando informações sobre os impactos econômicos ambientais e sociais (Calixto, 2011).

As organizações sustentáveis são aquelas que buscam ser economicamente viáveis e competitivas no mercado, produzindo de maneira que não agrida o meio ambiente e contribuindo para o desenvolvimento social da região e do país em que atuam (Almeida, 2002). Segundo Savitz (2007, p. 2), a “[...] empresa sustentável é aquela que gera lucro para os acionistas, ao mesmo tempo em que protege o meio ambiente e melhora a vida das pessoas com quem mantém interações”.

Segundo Fonseca (2010), o desenvolvimento sustentável é “o comprometimento da empresa em contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando com seus empregados e suas famílias, as comunidades locais e a sociedade em geral para a melhoria da qualidade de vida”.

Para Sachs (1993) e Altvater (1995) o desenvolvimento sustentável parte de uma nova perspectiva que se baseia em pressupostos éticos que demandam duas solidariedades interligadas: a sincrônica, com a geração à qual se pertence; e a diacrônica, com as gerações futuras. Mas, além dessas, é necessária ainda uma terceira solidariedade, a espacial, pois não é tolerável que algumas regiões ou países ganhem qualidade de vida e conservação ambiental a custo da insustentabilidade de outros espaços sociais, como de fato ocorre na atualidade, em que o atraso industrial dos países em desenvolvimento é condição para moderar as graves agressões ambientais das nações industrializadas

Com base no conceito de organização sustentável, o maior desafio consiste em unir o bem-estar econômico, a equidade social e a proteção ao meio ambiente a partir de ações de médio e longo prazo. A integração entre as dimensões econômica, social e ambiental resulta em um novo paradigma produtivo, sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável, enfatizando a sustentabilidade dos processos e dos produtos, possibilitando uma melhor qualidade de vida ao homem a partir de seu meio (Daroit & Nascimento 2004).

O papel social da empresa centrado na função econômica como geradora de lucros, salários e impostos já não é mais suficiente para orientar os negócios diante dos novos valores requeridos pela sociedade. As empresas estão competindo para serem vistas como propiciadoras de continuidade, conexão, direção e visão sustentável de longo prazo (Cajazeira, 2009; Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2010).

Hoje, o desenvolvimento sustentável é um desafio planetário, por ser aparentemente incompatível com o jogo sem restrições das forças de mercado, insensíveis às questões social e ambiental, ao só enxergar os lucros. Por isso, requer-se alguma intervenção e planejamento estatal, bem como a gestão negociada e contratual dos recursos, em que as populações locais recebam uma parte dos benefícios de seu aproveitamento (Barbieri,2010).

Pode-se dizer que, a adesão das empresas ao movimento pelo desenvolvimento sustentável, ocorreu inicialmente em virtude de pressões externas, como resposta às críticas e às objeções das entidades governamentais e da sociedade civil organizada que responsabilizavam as empresas pelos processos de degradação social e ambiental que atingiam o planeta. Além disso, a adesão ao desenvolvimento sustentável acabou se tornando sinônimo de competitividade empresarial, podendo ser fonte de diferenciação ou de qualificação para continuar no mercado (Barbieri et al.,2010).

## 6 METODOLOGIA DE PESQUISA

A partir da abordagem interpretativista (Hirschman, Scott, & Wells, 1998; Schwandt, 2000; Arnould & Thompson, 2005; Santana & Akel, 2007), elegeu-se a interação de dois atores sociais para a realização deste estudo. De um lado, a Vale, uma empresa de mineração que publica um relatório oficial de sustentabilidade e, de outro, um grupo que francamente se opõe à empresa e a contesta, denominado Atingidos pela Vale. Foi adotada a investigação qualitativa com o emprego de pesquisa do tipo exploratória, ou seja, proporcionar maior familiaridade com o problema (explicitá-lo), nos relatórios publicados entre os anos de 2014/2015, com o propósito de contrapor as narrativas sobre sustentabilidade em diferentes visões de mundo.

Um dos atores sociais é, portanto, a Vale, antiga Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), criada em junho de 1942 pelo ex-Presidente da República, Getúlio Vargas. Com mais de 70 anos de atuação, atualmente é a terceira maior empresa de mineração do mundo (Ribeiro, 2007). Além de uma mineradora multinacional brasileira, a Vale é considerada como uma das maiores operadoras de logística do Brasil, com mais de 10 mil quilômetros de malha ferroviária e terminais portuários próprios. Produz minério de ferro, níquel, manganês, ferroliga, cobre, bauxita, potássio, caulim, alumina e alumínio e, somente as suas operações brasileiras, são responsáveis pelo consumo de 5% de toda a energia produzida no país. Trata-se de uma empresa de capital aberto, sediada no Rio de Janeiro, com ações negociadas em Bolsa de Valores ([www.vale.com](http://www.vale.com), 2014). No Brasil, suas operações são realizadas em 13 estados brasileiros e, em 2008, seu valor de mercado foi estimado em 196 bilhões de dólares pela Consultoria Econômica, tornando-se a 12ª maior empresa do mundo.

O outro ator social que se intitula como Atingidos pela Vale, refere-se a um coletivo formado por movimentos sociais, sindicatos, organizações e comunidades impactadas pela atuação da empresa em vários países, que mantém um *blog* desde 2012, com o objetivo claro de fazer contrapropaganda às práticas da mineradora que eles compreendem como “filantropia estratégica”. Para este coletivo, é contraditório que a empresa (Vale) mantenha projetos sociais e busque reforçar sua identidade com a cultura brasileira, quando a mesma enfrenta diversas acusações por seus impactos sociais e ambientais.

O estudo enfrentou duas dificuldades iniciais para ser realizado:

- A não autorização da empresa de mineração em estudo para realização de entrevistas com seus respectivos colaboradores sobre o tema;
- O fato de que, entrevistar os principais líderes, que são críticos às atividades de extrativismo mineral, poderia resultar em dificuldades operacionais.

Cabe dizer que a pesquisadora em questão atua em uma empresa do segmento em estudo, o que poderia gerar problemas por parte dos entrevistados. Sobretudo, acredita-se que não seria possível estabelecer o *rapport* tão necessário para as entrevistas.

Diante desse cenário, considera-se que o método selecionado nessa pesquisa foi o documental, ou seja, constitui o exame de materiais de natureza diversa, os quais não foram analisados ou que podem ser reexaminados na busca de novas interpretações ou interpretações complementares ao desvendar um conteúdo latente que pode estar escondido em um discurso aparente, simbólico e polissêmico (Godoy, 1995a).

A primeira perspectiva da análise documental apreende os documentos como base para o desenvolvimento de estudos e pesquisas cujos objetivos advêm do interesse do pesquisador; também pode ser percebida como uma investigação relacionada à pesquisa histórica, uma vez que busca a reconstrução crítica dos dados passados no intuito de obter indícios para projeções futuras. No próximo tópico serão detalhadas as fontes dos dados dessa pesquisa.

Tendo identificado essas duas forças narrativas sobre sustentabilidade, a pesquisa buscou informações sobre possíveis fontes discursivas desses polos antagônicos e observou-se a relevância que os Relatórios de Sustentabilidade estabelecidos pela Global Reporting Initiative (GRI) possuem no mundo, que anseia pela homogeneização de práticas empresariais alinhadas com o desenvolvimento sustentável. Trata-se de uma normatização aceita em mais de 60 países que elege diretrizes de desenvolvimento sustentável a partir do consenso entre diversos públicos de interesse tais como governos, empresas, sociedade civil, acadêmicos, economistas e trabalhadores (GRI, 2006). O que está subjacente à noção do Relatório de Sustentabilidade é a disseminação de processos que modificam a mentalidade empresarial e suas práticas. Sobretudo, modifica os processos de avaliação de desempenho que dão magnitude ao tempo futuro e não só ao tempo presente. O tempo-espaço<sup>3</sup> futuro é o que rege o próprio conceito de sustentabilidade, que define o que é aceitável ou não sobre os impactos empresariais no ambiente, tais como direitos humanos e mudanças climáticas. Ao declarar publicamente o efeito de suas ações nos relatórios, as organizações buscam uma maneira de dialogar com a sociedade e assumem a fidedignidade das informações declaradas como corretas e transparentes para que haja a devida mediação na esfera pública das relações entre empresas e seus públicos.

Assim, o objeto de estudo recai sobre os documentos que relatam o posicionamento de cada um desses atores sobre a sustentabilidade no Setor de Mineração: o Relatório de Sustentabilidade da Vale de 2014 e 2015, e um documento que se contrapõe ao Relatório da Vale denominado Relatório de Insustentabilidade Vale.

Com os Relatórios da Vale e seu antagonista em mãos, as autoras passaram à imersão que se caracterizou pela codificação, rotulando e estruturando os documentos com 119 e 32 páginas, respectivamente. Apesar de previstas, outras fontes de dados foram catalogadas, mas não incluídas na análise aqui apresentada, tais como arquivos digitais e impressos, como panfletos, *folders*, cartazes, vídeos e matérias jornalísticas.

Tendo os dois relatórios como objeto de estudo, buscou-se compreender as narrativas das mineradoras e dos ativistas a partir de seu relatório sombra, considerando a apresentação dos fatos e sua descrição subjetiva como a dimensão compreensiva que permitiria acessar os significados da sustentabilidade. A abordagem fenomenológica foi utilizada neste estudo já que se fundamenta em um evento que se manifesta como é (Vergara, 2011, 2012), na compostura perante o mundo que o rodeia. A análise fenomenológica interpretativista é a descrição das experiências vividas de vários sujeitos sobre um conceito ou fenômeno, com vistas a buscar a estrutura essencial ou os elementos invariantes do fenômeno, ou seja, seu significado central (Creswell, 2007, 2014). Nesse sentido, a pesquisa documental constitui o exame de materiais impressos na busca de interpretações capazes

---

<sup>3</sup> Para uma discussão teórica sobre as formulações de tempo-espaço veja Giddens (1991).



de desvendar um conteúdo latente que pode estar escondido em um discurso aparente, simbólico e polissêmico (Godoy, 1995a, 1995b).

Neste estudo, será utilizada a abordagem fenomenológica, uma vez que consiste em um método subjetivista de investigação científica (Burrell & Morgan, 1979), com o objetivo de compreender a vida humana e suas relações com as organizações produtivas, a partir das narrativas dessa mineradora e de grupos contrários a essa atividade, constituindo esse material o fenômeno ou, melhor, o objeto de estudo (Creswell, 2007; Masini, 1989; Ray, 1994). É a experiência dos fatos e sua descrição subjetiva que permitirá chegar ao seu núcleo, na dimensão compreensiva que permitirá acessar as categorias ligadas ao termo “sustentabilidade”.

Desta forma, aqui será apresentada a pesquisa exploratória realizada ao longo do ano de 2015 que resultou em uma maior aproximação com o objeto de pesquisa e, junto com o referencial teórico, forneceu elementos para a análise de dados a ser apresentada. Ao codificar os documentos, optou-se por considerar os principais temas do documento como categorias analíticas primárias que, contra ou a favor da atividade de mineração, fossem capazes de indicar as visões de mundo acerca da sustentabilidade, fossem elas contraditórias ou não. Nesse sentido, ambos os documentos faziam referências aos temas “visão estratégica”, “pessoas”, “cadeia de valor” e “planeta” que, um olhar crítico parece apontar para as dimensões mais relevantes do conceito de sustentabilidade, tanto do Setor de Mineração como dos grupos de interesse insatisfeitos com o setor.

## 7 PRINCIPAIS RESULTADOS

A referência utilizada para aferição desses indicadores foi por meio do Global Reporting Initiative (GRI). O mesmo é composto por uma estrutura de conceitos, de linguagens e de métricas sobre sustentabilidade com reconhecimento a nível global e utilizada por organizações de todos os tamanhos, setores e localidades (Suplemento Setorial de Mineração e Metais, 2010).

A Global Reporting Initiative (GRI) é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 1997, nos Estados Unidos, que trabalha para uma economia global sustentável, fornecendo orientação de emissão de relatórios de sustentabilidade. Sua sede é em Amsterdã, na Holanda, com escritórios na Austrália, Brasil, China, Índia e Estados Unidos (GRI, 2006).

A leitura das 151 páginas dos relatórios foi de grande importância para organizar seu conteúdo em semiestruturas com o objetivo de relacionar e discutir os macros tópicos nos quais os discursos dos dois atores sociais se baseiam em: “Visão Estratégica”, “Pessoas”, “Cadeia” de Valor” e “Planeta”.

Tratam-se, portanto, de categorias importantes e presentes nos dois textos analisados e possibilitou uma equiparação para melhor compreensão do confronto de ideias e informações, no que será denominado, doravante, como Narrativa da Mineradora para denominar os achados no Relatório de Sustentabilidade da Vale e, Narrativa Contestatória, para as inferências no Relatório de Insustentabilidade do Grupo Atingidos pela Vale.

A Figura 1 compara as categorias nativas, ou seja, aquelas formuladas no campo pelos próprios atores sociais aqui discutidos, em seus textos sobre sustentabilidade, eleitos como objeto de estudo. Assumir a categoria nativa como analítica torna-se uma porta de entrada para melhor compreensão do mundo prático, aceitando seu sentido histórico para um grupo social, permitindo sua análise a partir do referencial teórico já exposto.

Em paralelo a essa análise mais aprofundada do relatório socioeconômico da mineradora e relatório sombra, foi realizada uma análise mais criteriosa e correlacionada com os indicadores utilizados na elaboração desse relatório de sustentabilidade em linha com os âmbitos de desempenho econômico, ambiental e social da organização (Triple Bottom Line).

Categoria	Narrativa da Mineradora	Narrativa Contestatória
<b>Visão Estratégica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O aperfeiçoamento tecnológico e a adoção de boas práticas de governança são anunciados como compromissos fundamentais da empresa.</li> <li>▪ Incorporar a sustentabilidade aos negócios é um dos pilares estratégicos mais relevantes da empresa para alcançar a visão.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A empresa utiliza as ferramentas de governança (ex.: Diálogo Social, Gestão de Demanda, Estudos Socioeconômicos) para aferição de risco social, cooptação e divisão de comunidades e políticas.</li> <li>▪ A política de transparência da empresa é seletiva. Ainda hoje cerca de cem ações populares com a finalidade de anular o processo de privatização da empresa correm na justiça. O discurso da empresa oculta a sua prática em relação ao atendimento às determinações da legislação de proteção ao meio ambiente.</li> <li>▪ A empresa foi eleita no Public Eye Awards, em 2012, como a pior empresa do mundo referente a problemas ambientais, sociais e trabalhistas.</li> </ul>
<b>Pessoas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A empresa afirma ter comprometimento com a geração de um legado positivo para as comunidades com seus projetos.</li> <li>▪ Para assegurar a perda zero, a empresa tem investido continuamente nas pessoas. <b>Cuidar das pessoas</b> e um dos cinco pilares estratégicos e <b>A vida em primeiro lugar</b> e um dos valores da empresa.</li> <li>▪ Reafirmam o compromisso de valorizar e apoiar o desenvolvimento de seus empregados e comunidades por meio de práticas, processos, Política de Recursos Humanos e assistência ao desenvolvimento das comunidades locais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intensificação de exploração e degradação crescente de territórios e da vida das pessoas.</li> <li>▪ Assédio moral, aumento de horas trabalhadas, reduzindo custo de mão de obra, subnotificação do número de acidentes de trabalho e trabalhadores acidentados.</li> <li>▪ Comunidades são afetadas pelas atividades da mineração no Brasil, Nova Caledônia, Malásia, Peru, Moçambique e Colômbia.</li> </ul>
<b>Cadeia de Valor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Busca atingir a excelência na entrega de projetos, reduzir prazos e custos sem comprometer a segurança dos empregados, práticas sustentáveis e o respeito e transparência com as partes interessadas ao longo de toda cadeia de valor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Apesar de todos os benefícios que a empresa recebe do Estado, como isenção fiscal e financiamento público, ela se recusa a dar contrapartida justa às comunidades impactadas. A estratégia comercial de alto risco intensifica os impactos no território.</li> </ul>
<b>Planeta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A Política Global de Mitigação e Adaptação às Mudanças Climáticas incluem a Meta Carbono, que consiste em reduzir em 5% as emissões diretas de GEE até 2020 e incentivos à cadeia de valor a fazer o mesmo.</li> <li>▪ A gestão energética é fundamental para atingir a Meta Carbono e pode ser evidenciada por meio das metas de redução de consumo de combustíveis e eletricidade das operações.</li> <li>▪ Desenvolvimento de Planos de Gestão da Biodiversidade em todas as etapas do ciclo de vida dos empreendimentos e atividade industrial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Por trás da imagem de empresa sustentável, responsável e preocupada com as futuras gerações, esconde-se a mesma velha prática de usurpação e descaso com os territórios e comunidades (ex.: destruição de lençóis de água no subsolo e piora na qualidade da água, mudanças climáticas e consumo excessivo de energia).</li> </ul>

**Figura 1** - Comparativo das categorias nativas

Fonte: Elaboração própria.

A clivagem apresentada na Figura 1 indica a coexistência de dois regimes de valor que norteiam as narrativas sobre sustentabilidade no Setor de Mineração: o antropocentrismo e o ecocentrismo, como éticas divergentes, mas presentes na visão de mundo dos grupos aqui analisados.

No que diz respeito à Categoria “Visão Estratégica”, a narrativa da Mineradora emprega termos positivos como “boas práticas”, “compromissos fundamentais”, “incorpora a sustentabilidade” que apontam para um compromisso empresarial que alicerça suas atividades diárias. No infinitivo, o verbo “incorporar” aponta para algo processual, que ocorre no decorrer do tempo, não sendo possível apresentar uma mudança de forma radical. O estatuto de empresa sustentável não é dado como “sim” ou “não”, mas como “interessada em se tornar” sustentável. Nesse sentido, a concepção dualista separa o real e o objetivo no que diz respeito às possibilidades de conexão com a natureza, não importando se a preservação da natureza é em seu próprio benefício, mas uma meta a alcançar.

A narrativa contestatória usa termos que contribuem para compreender o que está em questão nessa disputa narrativa, tais como “cooptação”, “política seletiva”, “oculta” e “pior”. Em seu sentido etimológico, “cooptação” tem conexão com uma espécie de atração negativa, por meio da sedução e envolvimento, e tornando o outro, um cúmplice de seu erro. Está implícita na noção de cooptação a ideia de que organizações visam o crescimento a qualquer custo, sem enfrentar a questão de que a atividade mineradora explora um recurso finito. Nesse sentido, a narrativa contestatória critica a visão estratégica como fruto de uma visão de mundo capitalista, cujo paradigma da destruição ambiental ainda não foi erradicado. Trata-se de um embate por dois sistemas de valores reproduzidos pela cultura, em que duas éticas na relação homem/ambiente se contrapõem sobre a possível instrumentalização do ecossistema em prol de uma atividade econômica.

Isso leva à categoria “pessoas” na narrativa empresarial que elege vocábulos que revelam o desejo de angariar fé e confiança, tais como “comprometimento”, “cuidar” e “vida”. Espécie de pacto e penhor moral, comprometer-se com pessoas indica uma disposição em eleger os indivíduos como parte fundamental de suas atividades, o que resulta em responsabilidades assumidas. Todavia, as controvérsias nesse ponto são bastante contundentes, quando se observam termos categóricos que “ferem” a narrativa vigente, tais como “exploração”, “degradação” e “assédio moral”.

Especial atenção deve ser dada ao duplo sentido do termo “exploração”, usado intensamente pelo Setor de Mineração para explicar sua principal atividade de extração e produção de riquezas. A polissemia do termo não é ignorada na narrativa contestatória que dela se apropria para denunciar uma relação com indivíduos destituída de ética, como se fosse abuso de boa-fé. Não se ignora, aqui, a implicação histórica do termo que remete às relações abusivas entre senhores de engenho e escravos, uma questão que faz parte do imaginário coletivo nas relações trabalhistas até os dias atuais. Se as pessoas são de extrema importância nos discursos das empresas do Setor de Mineração, para seus desafetos, crer nessa assertiva empresarial, implica em tornar-se o incauto sem cautela e destituído de malícia que merece ser alertado contra o ardid empresarial.

Como já apontava Douglas e Isherwood (1970) há mais de 40 anos, o esquema social contempla bens, trabalho e consumo, temas que deveriam ser observados de forma integrada, colocando o consumo nos processos sociais e econômicos, e os produtos, bens e serviços utilizados na vida humana em um sistema dinâmico de racionalidade e subjetividade. Dessa forma, falar em sustentabilidade implica em discutir a Cadeia de Valor associada à extração do minério de ferro, que, na narrativa empresarial, destaca a “excelência”, “segurança”, “respeito” e “transparência”. Em contrapartida, a Cadeia de Valor representa o espaço da relação distorcida que fere normas e valores que sustentam a relação entre Empresa e Estado. O Estado aqui é criticado por sua inércia na condição de regulamentar e monitorar a atividade e, para além, como o agente que incentiva objetivos pragmáticos por meio de recursos fiscais e financiamentos de natureza pública para atividades de alto risco e impactos futuros. A construção de uma Cadeia de Valor nas duas perspectivas leva à discussão do envolvimento social e interações com os públicos de interesse de duas visões de mundo antagônicas e potentes.

A legitimidade organizacional é definida por Suchman (1995, p. 574) como “uma percepção generalizada de que determinadas ações são desejáveis, adequadas ou necessárias em um sistema de normas, valores e crenças socialmente construídos”. A legitimidade evidencia a congruência entre a entidade e as crenças de determinado grupo social. Em outras palavras, a conceituação do autor

expõe princípios da teoria institucional, estabelecida em torno do conceito de legitimidade como principal objetivo organizacional. Sendo então, a legitimidade criada subjetivamente por uma única organização, mas percebida objetivamente pela sociedade e seus diferentes atores no ambiente externo da organização.

Nesse sentido, a narrativa empresarial se apoia nas fortes discussões empreendidas em todo o mundo para a legitimização referenciando indicadores internacionais de atuação. Mais uma vez, a organização usa termos que indicam a adoção de processos (“mitigação”, “adaptação”, “gestão”), sem uma afirmação categórica de organização totalmente sustentável. É um discurso lenitivo que busca suavizar e acalmar as relações com seus públicos de interesse. A narrativa contestatória, todavia, não aceita essa prerrogativa e utiliza-se de termos mais incisivos como “esconde-se”, “mesma velha prática”, “usurpação”, “descaso”, para afirmar que a empresa mineradora não está alinhada com a nova ética do ecocentrismo.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos dados reflete um projeto reflexivo, elaborado a partir de estudos intermediários associados à coleta de dados, extremamente úteis para avaliação do progresso da pesquisa, conforme proposta metodológica de Miles e Huberman (1994) para a pesquisa qualitativa. Nesse sentido, trata-se de um *work in process* que consiste em codificar, anotar, abstrair e comparar, checar e refinar e inferir associações teóricas.

Assim, vê-se uma empresa do Setor de Mineração que franqueia suas atividades como práticas associadas às mais recentes noções globais da sustentabilidade, o que implica em um investimento sociopolítico de se associar às mais recentes noções de bem-estar econômico, social e à proteção ao meio ambiente. Esse é o tecido do novo paradigma produtivo, o da empresa preocupada na construção imagética que a permite ser um *player* competitivo nesse mundo contemporâneo, pois não se ignora que a boa imagem empresarial e a reputação importam. Nesse sentido, como pesquisadores interpretativistas, não se tem elemento para julgar seus discursos como reais ou imaginários, pois o que interessa no momento, é averiguar a extensão de regimes de valores que apresentam uma noção heterogênea da sustentabilidade.

Ser sustentável para a empresa de Mineração é se envolver em processos que podem não ser imediatistas, posto que o aperfeiçoamento tecnológico e a adoção das boas práticas de governança são coisas que ainda estão por se consolidar. A inovação para a sustentabilidade, portanto, não está posta como meta atingida para o Setor de Mineração, pois, segundo Barbieri, Vasconcelos I., Andreassi, & Vasconcelos F. (2010), inovar é contemplar as dimensões social, ambiental e econômica nas questões de ordem ambiental. Ser sustentável, na indústria mineral, parece significar a incorporação do debate em suas práticas de gestão para a sustentabilidade que visam minimizar os impactos ambientais inerentes a esta atividade produtiva. O termo “minimizar” é bastante sugestivo no sentido de algo que atenua, reduz, mas não erradica. O compromisso da empresa mineradora com a sustentabilidade, portanto, é o compromisso da melhoria contínua em suas atividades de exploração, operação e encerramento de atividades. E isso está muito aquém da outra ordem de valores que pretende purificar o planeta, eliminando ações potencialmente danosas ao meio ambiente. Há, portanto, nessa interlocução com a sociedade, uma lacuna clara que separa expectativa e realidade.

Logo, a narrativa da empresa Mineradora não é capaz de superar os conflitos com seus grupos de interesse, que é vigilante e a monitora de maneira recorrente. Portanto, é questionável basear o discurso empresarial para as questões ambientais como diferencial competitivo, quando estrategicamente, o setor ainda não é capaz de afirmar processos de inovação capazes de erradicar o risco social de tragédias ambientais, o que leva a inferir que o conceito de sustentabilidade não é suficientemente elástico para ser utilizado por toda e qualquer atividade empresarial.

Tal observação é particularmente dramática quando se imagina que a indústria de Mineração é a base do Setor Econômico Brasileiro e fator de crescimento e desenvolvimento da sociedade. Trata-se de um setor que enfrenta o desafio de utilizar, com propriedade, o desenvolvimento sustentável, na busca pela integração harmoniosa entre as dimensões econômica, social e ambiental.

Porém, é certo que, no cenário atual da indústria de *commodities*, o termo sustentabilidade transcende qualquer discussão entre o conceito x meramente o cumprimento de leis ou mesmo a preocupação genuína de cuidar do planeta. O conceito de sustentabilidade transforma-se em protagonista de uma nova indústria de mineração.

Este artigo indica a necessidade de maiores investigações sobre as noções de sustentabilidade que permeiam as relações entre a indústria e a sociedade, a partir de uma análise das narrativas em torno do Setor de Mineração.

## REFERÊNCIAS

- Ali, S. H., & Huda, M. S. (2015). Constructive consumption: Bridging livelihoods and conservation in democratic societies. *CSR, Sustainability and Leadership (Routledge)*. Edited by Gabriel Ewege and Ralph Bathurst (Expected late, 2016).
- Almeida, F. (2002). *O bom negócio da sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868-882.
- Artaxo, P. (2014). Uma nova era geológica em nosso planeta: O Antropoceno? *Revista USP*, n. 103, 13-24.
- Altvater, E. (1995). *O preço da riqueza. Pilhagem ambiental e nova (des)ordem mundial*. São Paulo: Editora UNESP.
- Barbieri, J. C. (2007). *Gestão ambiental empresarial: Conceitos, modelos e instrumentos* (2a ed.). São Paulo: Saraiva.
- Barbieri, J. C., Vasconcelos I. F. G., Andreassi, T., & Vasconcelos, F. C. de. (2010, abr.-jun.). Inovação e sustentabilidade: Novos modelos e proposições. *Revista de Administração de Empresas – RAE*, São Paulo, 50(2), 146-154.
- Barreto, M. L. (2001). *Mineração e desenvolvimento sustentável: Desafios para o Brasil*. Rio de Janeiro: CETEM/MCT.
- Boltanski, L., & Thévenot, L. (1999). The sociology of critical capacity. *European Journal of Social Theory*, 2(3), 359-377.
- Burrell, G., & Morgan, G. (1979). *Sociological paradigms and organizational analysis*. London: Heinemann Educational Books.
- Cajazeira, J. E. R. (2009). *Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável – Da teoria à prática*. São Paulo: Saraiva.
- Calixto, L. (2011). The business strategy to disclosure social and environmental information in Latin America. International Conference on Strategic Management in Latin America, III São Paulo, *Anais eletrônicos...* São Paulo: FGV, 1-20. 1 CDROM.

- Campbell, E. K. (1983). Beyond anthropocentrism. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, (19), 54-67.
- Campos, P. C. (2008). O pressuposto da ética na preservação do meio ambiente. Breve história sobre origens e conceitos do Movimento Ambientalista. *ALCEU*, 8(16), 19-51.
- Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. (1991). *Nosso futuro comum* (2a ed.). Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas.
- Creswell, J. W. (2007). *Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Artmed.
- Creswell, J. W. (2014). *Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: Escolhendo entre cinco abordagens* (3a ed.). Porto Alegre: Penso.
- Daroit, D., & Nascimento, L. F. (2004). Dimensões da inovação sob o paradigma do desenvolvimento sustentável. In ENANPAD, 28, *Anais...* Paraná: ANPAD.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (1970). *The world of goods: Towards and anthropology of consumption*. New York: W. W. Norton.
- Douglas, M. (2009). *O mundo dos bens: Para uma antropologia do consumo* (Tradução: Plínio Dentzien, 2a reimpr.). Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Egri, C. P., & Pinfield, L. T. (1998). As organizações e a biosfera: Ecologia e meio ambiente. In S. R. Clegg, C. Hardy, & W. R. Nord. (Orgs.). *Handbook de estudos organizacionais*. São Paulo: Atlas, 1, 363-399.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21<sup>st</sup> century business*. Oxford: Capstone Publishing.
- Fonseca, A. (2010). *Requirements and barriers to strengthening sustainability reporting among mining corporations*. Thesis presented to the University of Waterloo, Ontario, Canada, 264 p.
- Giddens, A. (1991). *As consequências de modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista.
- Gladwin, T. N., Kennelly, J. J., & Krause, T. S. (1995, Oct.). Shifting paradigms for sustainable development: Implications for management theory and research. *Academy of Management Review*, 20(4), 874-907, New York.
- Global Reporting Initiative. (2006, dez.). *Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade*. São Paulo: Instituto Ethos, 47 p. Recuperado de [http://www.ethos.org.br/\\_Uniethos/documents/gri\\_g3\\_portugues.pdf](http://www.ethos.org.br/_Uniethos/documents/gri_g3_portugues.pdf)
- Godoy A. S. (1995a). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, 35(2), 57-63.
- Godoy, A. S. (1995b). Pesquisa qualitativa: Tipos fundamentais. *Revista de Administração de Empresas*, 35(4), 65-71.

- Grun, M. (2006). *Educação e ética ambiental: A conexão necessária* (10a ed.) Campinas: Papirus.
- Hart, S., & Milstein, M. B. (2004, maio-julho). Criando valor sustentável. *RAE Executivo*, 3(2), 65-79.
- Hart, S. (2005). *Capitalism at the Crossroads: The unlimited business opportunities in solving the world's most difficult problems*. Upper Saddle River, NJ: Wharton School Publishing.
- Harvey, D. (2003). *A condição pós-moderna. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural* (12a ed.). São Paulo: Edições Loyola.
- Hilson, G., & Murck, B. (2000). Sustainable development in the mining industry: Clarifying the corporate perspective. *Resources Policy*, 26(4), 227-238.
- Hirschman, E. C., Scott, L. & Wells, W. B. (1998). A model of product discourse: Linking consumer practice to cultural texts. *Journal of Advertising*, 27(1), 33-50.
- Instituto Brasileiro de Mineração. (2012). *Informações e análises da economia mineral brasileira*. Recuperado de <http://www.ibram.org.br/>
- International Council on Mining and Metals (2010). *Sustainable Development Framework*. Recuperado de <http://www.icmm.com>
- Junges, J. R. (2004). *Ética ambiental* (2a ed.). São Leopoldo: Unisinos.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. São Paulo: Elsevier Campus.
- Latour, B. (2014). Para distinguir amigos e inimigos no tempo do Antropoceno. *Revista de Antropologia*, 57(1), 11-31.
- Leff, E. (2001). *Ecologia, capital e cultura: Racionalidade ambiental, democracia participativa e desenvolvimento sustentável*. Blumenau: Ed. da FURB.
- Lévi-Strauss, C. (1958). *Anthropologie Structurale*. Paris: Librairie Plon.
- Martini, B. (2011, jul.). Antropoceno - A época da humanidade? *Revista Ciência Hoje*. São Paulo. Recuperado de [http://www.academia.edu/934167/Antropoceno\\_A\\_%C3%A9poca\\_da\\_humanidade](http://www.academia.edu/934167/Antropoceno_A_%C3%A9poca_da_humanidade)
- Masini, E. F. S. (1989). *O enfoque fenomenológico na educação*. São Paulo: Cortez.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded source book*. Thousand Oaks, Sage.
- Moreira, H. F. (2003). *O desenvolvimento sustentável no contexto do setor mineral brasileiro*. Curso de Pós-Graduação em Gestão Ambiental – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro.
- Norma ISO 14001. Recuperado de <http://certificacaoiso.com.br/iso-14001/>

- Oppen, C. V., & Brugman, L. (2011). *Organizational capabilities as the key to sustainable innovation*. XXII IXPIM Conference Held in Hamburg-Germany, 12-15 June.
- Organização das Nações Unidas. (2000). *Objetivos do milênio*. Recuperado de <http://www.objetivosdomilenio.org.br/>
- Park, J. (2008). China, business and sustainability: Understanding the strategic convergence. *Management Research News*, 31(12), 951-958.
- Prahalad, C. K. (2005). *A riqueza na base da pirâmide: Como erradicar a pobreza com o lucro*. Porto Alegre: Bookman.
- Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. (2010). *Os 8 objetivos de desenvolvimento do milênio*.
- Ray, M. A. (1994). The richness of phenomenology: Philosophic, theoretic and methodologic concerns. In J. M. Morse (Ed.). *Critical issues in qualitative research methods*. London: Sage Publications.
- Rees, W. E. (2003, July). Economic development and environmental protection: An ecological economics perspective. *Environmental Monitoring and Assessment*, Dordrecht, 86(1/2), 29-45.
- Relatório de Sustentabilidade da Vale. (2014). Recuperado de <http://www.vale.com/pt/aboutvale/sustainability/links/linksdownloadsdocuments/relatorio-de-sustentabilidade-2014.pdf>
- Relatório de Insustentabilidade da Atingidos pela Vale. (2015). Recuperado de <http://www.atingidospelavale.wordpress.com/2015/04/16/leia-relatorio-de-insustentabilidade-da-vale-2015/>
- Ribeiro, F. (2007). *Correntes ideológicas no movimento*. Recuperado de <http://fabrizioribeiro.blogspot.com.br/2007/07/correntes-ideologicas-no-movimento.html>
- Sachs, I. (1993). *Estratégias de transição para o século XXI: Desenvolvimento e meio ambiente*. São Paulo: Estúdio Nobel, 103 p.
- Santana, E. E. P., & Akel, Z., Sobrinho. (2007). O interpretativismo, seus pressupostos e sua aplicação recente na pesquisa do comportamento do consumidor. In *Anais do I Encontro do Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade*, Recife, Pernambuco, Brasil, 1-10.
- Sassen, S. (2003). *Cities in a world economy*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press. Schiffer, R. S. 2002. Sao Paulo: Articulating a cross-border regional economy, 209-36 in Global.
- Savitz, S. (2007). *A empresa sustentável*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Schwandt, T. A. (2000). *Handbook of qualitative research*, Sage, Thousand Oaks.
- Simons, L., Slob, A., Holswilder, H., & Tukker, A. (2001). The fourth generation: New strategies call for new eco-indicators. *Environmental Quality Management*, (11), 51-61.



Solomon, F., Katz, E., & Lovel, R. (2008). Social dimensions of mining: Research, policy and practice challenges for the minerals industry in Australia. *Resources Policy*, 33, 142-149.

Suchman, M. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20.

Suplemento Setorial de Mineração e Metais. (2010). Recuperado de <https://www.globalreporting.org/resource/library/G3-Portuguese-Mining-and-Metals-Sector-Supplement.pdf>

Varadarajan, R. (2014). Toward sustainability: Public policy, global social innovations for base-of-the-pyramid markets, and demarketing for a better world. *Journal of International Marketing*, 22 (2), 1-20.

Vergara, S. C. (2011). *Métodos de pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas.

Vergara, S. C. (2012). *Métodos de coleta de dados no campo* (2a ed.). São Paulo: Atlas.

Viana, M. B. (2007). *Licenciamento ambiental de minerações em Minas Gerais: Novas abordagens de gestão*. 305 f., Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) - Universidade de Brasília, Brasília.

---

<sup>i</sup> Em 05/11/2015, em onze minutos, um tsunami de 62 milhões de metros cúbicos de lama aniquilou o distrito de Bento Rodrigues e devastou outros sete distritos de Mariana, contaminando os rios Gualaxo do Norte, do Carmo e Doce. O desastre afetou a vida de moradores de cidades em Minas e no Espírito Santo, que tiveram o abastecimento de água interrompido. A tragédia foi causada pelo rompimento de duas barragens no complexo de Alegria, da Mineradora Samarco.