

Análise das ações de responsabilidade social nos setores metalúrgico e de mineração no Brasil

Analysis of social responsibility actions in the metallurgical and mining sectors in Brazil

Cândido Ferreira da Silva Filho¹

Samuel Carvalho de Benedicto²

Cibele Roberta Sugahara³

Luiz Henrique Vieira da Silva⁴

Rafael Mercadante Viotti⁵

Diego de Melo Conti⁶



Resumo

O objetivo deste artigo foi analisar as ações de responsabilidade social das indústrias metalúrgica e de mineração no Brasil, além das contribuições para a proteção do meio ambiente, promoção do desenvolvimento social e comunitário, condições dignas trabalho e renda, e fortalecimento dos direitos humanos, como parte da estratégia competitiva. A pesquisa se caracteriza como exploratória e descritiva, pois foi desenvolvida a partir de levantamento bibliográfico e documental em websites corporativos e relatórios de sustentabilidade. Os resultados revelam um conjunto de características da responsabilidade social dos setores metalúrgico e de mineração no Brasil, e a articulação da responsabilidade social com a estratégia competitiva.

Palavras-chave: Responsabilidade socioambiental; Direitos humanos; Metalurgia e mineração


Abstract

The objective of this paper was to analyze the social responsibility actions of the metallurgical and mining industries in Brazil, in addition to contributions to the protection of the environment, promotion of social and community development, decent work and income conditions, and strengthening of human rights as part of the competitive strategy. The research is exploratory and descriptive, as it was developed from bibliographic and documentary research on corporate websites and sustainability reports. The results reveal a set of characteristics of social responsibility in the metallurgical and mining sectors in Brazil and the articulation of social responsibility with the competitive strategy


Keywords: Socio-environmental responsibility; Human rights; Metallurgy and mining

¹ candidofilho@puc-campinas.edu.br, Programa de Pós-Graduação em Sustentabilidade [PPGS], Pontifícia Universidade Católica de Campinas - PUCAMP, Campinas/SP [Brasil].  **ORCID Id:** <https://orcid.org/0000-0001-8818-311X>


² samuel.benedicto@puc-campinas.edu.br, PPGS, PUCAMP, Campinas/SP [Brasil].


 **ORCID Id:** <http://orcid.org/0000-0002-4591-6077>

³ cibelesu@puc-campinas.edu.br, PPGS, PUCAMP, Campinas/SP [Brasil]

 **ORCID Id:** <http://orcid.org/0000-0002-3481-8914>

⁴ vieiraluiz77@gmail.com, PPGS, PUCAMP, Campinas/SP [Brasil]  **ORCID Id:** <https://orcid.org/0000-0002-7793-4923>

⁵ ra.faelmv@hotmail.com, PPGS, PUCAMP, Campinas/SP [Brasil]  **ORCID Id:** <https://orcid.org/0000-0003-3580-3404>

⁶ diegoconti@uol.com.br, PPGS, PUCAMP, Campinas/SP [Brasil]  **ORCID Id:** <https://orcid.org/0000-0003-1889-0462>

Recebido em: 19/06/2020

Aprovado em: 04/01/2021

Introdução

O processo de desenvolvimento global tem sido marcado por imensos desafios como o das mudanças climáticas, o agravamento das desigualdades e por clamores populares que reivindicam melhores condições de vida. Sendo assim, inevitavelmente coloca-se em voga a expressão responsabilidade social corporativa, que é detentora de uma profusão de sentidos, mas que pode ser definida inicialmente como a atuação empresarial na busca do bem coletivo, como forma de mitigar os impactos socioambientais causados pela atividade produtiva.

Ações sociais dessa natureza contribuem para a construção de uma imagem positiva para as firmas e possibilitam que as organizações cresçam de forma sustentada. Tratando-se de áreas de atuação industrial responsáveis por demasiadas alterações ambientais e sociais nos locais em que estão inseridas, a responsabilidade social deve ser ainda mais atuante e criteriosa.

Diante disso, duas perguntas delinearão esta pesquisa: Quais são as estratégias e ações de responsabilidade social de empresas metalúrgicas e de mineração no Brasil?. O objetivo, portanto, foi conhecer as ações de responsabilidade social das indústrias metalúrgica e de mineração no Brasil, bem como: contribuições para a proteção do meio ambiente, promoção do desenvolvimento social e comunitário, oferta de trabalho e renda dignos, e fortalecimento dos direitos humanos, como parte da estratégia competitiva.

Além deste capítulo introdutório, há um referencial teórico, a fim de contextualizar o leitor por meio de um breve histórico a respeito da literatura que aborda a responsabilidade social. Posteriormente, relacionou-se a responsabilidade social com a estratégia empresarial. No capítulo seguinte, à luz dos websites corporativos e relatórios de sustentabilidade de grandes empresas dos setores metalúrgico e de mineração, por meio de uma pesquisa exploratória e descritiva, evidenciou-se como estas firmas trabalham e divulgam suas ações de responsabilidade social. Finalmente, nas considerações finais há uma síntese dos resultados obtidos e sugestões de estudos futuros.

Referencial Teórico

Licença social para operar

Parsons e Moffat (2012, p. 341) argumentam que as empresas precisam estar preocupadas em satisfazer não apenas as condições de suas licenças formais, mas também as preocupações de comunidades anfitriãs e sociedade mais ampla no intuito de conquistar uma “licença social” para operar. Isso significa que as empresas devem compartilhar valor com as suas partes interessadas, considerando as suas necessidades (Freeman, 2001).

A expressão Licença Social para Operar (LSO) diz respeito a importância da aceitação social para a operação contínua das atividades com grande impacto econômico, social e ambiental como, a extração e beneficiamento mineral (Franks & Cohen, 2012). A operação da indústria mineral tem implicações importantes sobre o meio ambiente e a sociedade. E a perda de reputação pode resultar na interrupção da produção e até mesmo o encerramento de uma operação devido à perda da Licença Social para Operar.

A Licença Social para Operar diz respeito à legitimação das atividades da indústria, não se trata de cumprir a lei ou conquistar um certificado. Cumprir a lei não é suficiente para legitimar a atividade da empresa (Prno & Slocombe, 2012). A Licença Social para Operar é “emitida” pela sociedade, incluindo governo, organizações não governamentais e comunidades. Entre outras coisas, através das ações de responsabilidade social as empresas tentam legitimar a sua operação.

Responsabilidade social

A responsabilidade social corporativa ganhou importância com a obra de Bowen (1953), que a conceituou como uma obrigação do empresário, pois as corporações impactam a vida dos cidadãos em variados aspectos e, assim, entende-se que há uma incumbência moral imposta aos gestores empresariais para que adotem práticas virtuosas e desejáveis de acordo com os valores presentes no contexto social em que a firma está inserida.

Todavia, autores de inspiração liberal como Friedman (1962), por exemplo, entendiam que a responsabilidade social consistiria em uma oposição aos fundamentos do capitalismo. O autor defendia que a única responsabilidade social nos negócios era aumentar os lucros, numa competição aberta, livre e sem fraudes.

A partir das décadas de 1950 e 1960, o conceito de responsabilidade social passou a ser mais bem compreendido por toda a sociedade. Friedman (1970) retomou a discussão sobre a responsabilidade social, e afirmou que as ações de responsabilidade social são aceitáveis, uma vez que algumas delas elevam os lucros no longo prazo. Entretanto, elas somente devem ser feitas se atenderem aos interesses da empresa praticante.

Neste contexto, Holmes (1976) argumentou que muitos gestores de empresas estavam dispostos a abraçar a responsabilidade social corporativa porque atendiam aos interesses organizacionais. Dahlsrud (2008), por sua vez, demonstrou que as empresas possuem incentivos como, por exemplo, melhorar a sua imagem e reputação, para implementar ações de responsabilidade social. Houve a compreensão de que as ações de responsabilidade social atendem aos interesses da firma. Praticá-las pode elevar os lucros no longo prazo.

Carrol (1979) expandiu a ideia de responsabilidade social a fim de incorporar outras preocupações, além da lucratividade. Aos requisitos legais e econômicos a responsabilidade social agrega as atividades de voluntariado e a preocupação com a temática social. Decorre daí, na interpretação de Carrol (1979), que a responsabilidade social envolve as categorias econômica, legal, ética e discricionária. Assim, o modelo conceitual indica que o desempenho econômico é apenas um tópico da responsabilidade social nos negócios.

Em consonância, Jones (1980) pondera que a responsabilidade social diz respeito às obrigações das empresas com os grupos constituintes da sociedade, exceto os acionistas, e que não sejam prescritos por leis ou acordos sindicais. Em outros termos, não é possível separar as empresas da sociedade na qual operam (Freeman, 2001). Estratégias e demais objetivos econômicos dependem do meio socioambiental em que a empresa está inserida. Dessa forma, depreende-se que a empresa deva atuar numa zona em que os objetivos sociais e econômicos sejam convergentes (Pinheiro, 2012).

Outro marco na evolução do conceito de responsabilidade social empresarial foi a publicação sobre o tema pela Comissão das Comunidades Europeias do Livro Verde (2001, p. 4). A partir dele, a responsabilidade social empresarial passou a ser entendida como

[...] um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo [...] Esta responsabilidade manifesta-se em relação aos trabalhadores e, mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas afetadas pela empresa e que, por seu turno, podem influenciar os seus resultados.

Logo, a responsabilidade social é um dever da empresa que, por meio de suas ações, demonstra que está disposta a contribuir para a prosperidade social e a proteção do meio ambiente, de maneira harmoniosa, portanto, com o desenvolvimento sustentável.

Responsabilidade social e estratégia

Para Faria e Sauerbronn (2008), as ações de responsabilidade social são justificadas por um conjunto de motivos, desde a obtenção de vantagens competitivas e superação dos concorrentes no longo prazo, até o desenvolvimento de novos produtos e serviços.

Autores como Carroll e Shabana (2010), Faria e Sauerbronn (2008) e Barnett (2007) demonstraram que a responsabilidade social fortalece os laços com clientes, governo, investidores, ativistas e outros, criando relacionamentos positivos e melhorando a reputação. Além disso, as ações de responsabilidade social elevam o valor percebido da empresa, e contribuem para a sobrevivência e sucesso dos negócios, e a obtenção de maiores lucros no longo prazo.

Green e Peloza (2011), por sua vez, comprovaram que os consumidores enxergam de forma positiva as ações de responsabilidade social. Os autores verificaram que os consumidores valorizam, sobretudo, atributos sociais ou ambientais das ações de responsabilidade social.

Segundo Keith Davis (1973), aquelas empresas que não estão dispostas a financiar ações de responsabilidade social, especialmente as grandes, irão, a longo prazo, perder a sua participação no mercado para aquelas que satisfazem à demanda crescente da população por ações dessa natureza. Porter e Kramer (2006) entendem que, muito mais que um custo, a responsabilidade social pode ser uma fonte de oportunidade, inovação e vantagem competitiva.

Quanto à reputação corporativa, a transparência (confiável, compreensível e pontual) nas ações socialmente responsáveis ocorre como um importante instrumento para facilitar o bom relacionamento entre uma empresa e seus stakeholders (Baraibar-Diez & Sotorrio, 2018).

Portanto, a responsabilidade social tem papel importante dentro da estratégia competitiva nos negócios. Os estudos de Galbreath (2009) e McManus (2008) apontam que o alinhamento da responsabilidade social com a estratégia da empresa ocorre em todo o mundo.

No que diz respeito ao setor de mineração, Hilson (2012) afirma que poucas atividades possuem um impacto ambiental tão grande, além de tamanha influência sobre a sociedade, quanto as indústrias de mineração, petróleo e gás. Porém, na maioria dos países em desenvolvimento, essas indústrias contribuíram pouco para o progresso da sociedade. Em regiões empobrecidas, essas empresas assumiram limitadas responsabilidades sociais. Hilson (2012) ainda afirma que as empresas de maior porte poderiam ser mais engajadas com a responsabilidade social, por terem mais recursos e, muitas vezes, impactos negativos significativos.

Nesse sentido, Castro, Campos e Trevisan (2018) lançam um olhar crítico à sustentabilidade organizacional e às práticas de responsabilidade social corporativa, citando exemplos de companhias ligadas à mineração, dentre outras, que, apesar de disporem de amplo conhecimento dos princípios da sustentabilidade, permitem que outros interesses prevaleçam, como, por exemplo, o acúmulo de capital e a expansão do poderio político e econômico. Essa inversão de valores pode resultar em grandes desastres e danos irreversíveis às pessoas e aos ecossistemas, como observado no Brasil em 2015 e 2019, respectivamente, nas tragédias de Mariana, sob a responsabilidade da empresa Samarco (MPF, s.d.), e de Brumadinho, com a participação da mineradora Vale (Passarinho, 2019), ambas no estado de Minas Gerais.

Dessa forma, conclui-se que, além do benefício gerado pelas ações responsáveis para a perenidade dos negócios, a atividade industrial, por si só, deve assumir o compromisso de criar condições para a manutenção da qualidade de vida das pessoas e para a conservação ou preservação dos ecossistemas.

Além disso, ao criar um padrão elevado para a responsabilidade social, as empresas líderes, ao servirem de exemplo para as demais, estimulam o engajamento de toda a sociedade com as ações socioambientais. No caso brasileiro, as firmas dos setores metalúrgico e de mineração devem investir tempo e dinheiro em ações desse tipo, de maneira a compensar seus expressivos impactos: essas companhias são geradoras de externalidades negativas pronunciadas e, por isso, necessitam de um esforço excepcional para minimizar as consequências do sistema produtivo sobre a natureza e o meio ambiente. Por conseguinte, a responsabilidade social é parte da estratégia competitiva do setor estudado.

Donadelli, Veiga, Brandão e Martin (2016) evidenciam, por meio de um estudo de caso em Juriti, no estado do Pará, que há métodos inovadores de responsabilidade social protagonizados por uma empresa extratora de alumínio, através de abordagens horizontais e de uma melhor distribuição dos benefícios gerados pela produção, ainda que exista um longo caminho a ser percorrido para que as expectativas dos atores públicos e privados sejam alinhadas, tendo como métrica as ações sustentáveis e, como meta, o desenvolvimento sustentável.

Metodologia

Características da pesquisa

A pesquisa se caracteriza, em primeiro lugar, como qualitativa. Segundo Gil (2008), a pesquisa qualitativa busca a explicação sistemática de fatos que ocorrem no contexto social que, geralmente, se encontram relacionados a uma multiplicidade de

variáveis. É apropriada quando se busca estudar a subjetividade, as crenças, os valores, as atitudes, as relações e práticas sociais, as estratégias, os modelos de gestão e as mudanças ocorridas no contexto organizacional, social, político e econômico.

A pesquisa também é exploratória, pois possibilita o aumento da experiência em torno de determinado tema (Trivinos, 2010). Ademais, é um trabalho descritivo, definido por Trivinos (2010), como aquele que descreve com exatidão os fatos e fenômenos de determinada realidade, o que configura um dos objetivos dessa pesquisa, ao buscar conhecer as ações sociais das indústrias brasileiras de metalurgia e mineração.

Essa pesquisa também pode ser classificada como bibliográfica e documental, pois foi realizada a partir das informações públicas, veiculadas nos websites das empresas metalúrgicas e de mineração.

Foram estudadas as maiores empresas das indústrias metalúrgica e de mineração do Brasil. As empresas selecionadas, dispostas na Tabela 1, estão presentes na lista das 100 maiores empresas do Brasil, com base na receita líquida do setor, em 2017, como publicado no ranking Valor (2018). Foram selecionadas as empresas: Vale; Gerdau; Arcelormittal Brasil; CSN; Usiminas; Nexa Resources; e Novelis. Os dados foram coletados nos websites das empresas, entre os meses de abril e maio de 2019.

Tabela 1 - Ranking do setor metalúrgico e de mineração, Brasil, 2017

| Empresa | Setor | Origem capital | Receita líquida em R\$ milhões |
|----------------------|------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| Vale | Metalurgia e mineração | Brasil | 108.532,0 |
| Gerdau | Metalurgia e mineração | Brasil | 36.917,6 |
| Arcelormittal Brasil | Metalurgia e mineração | Espanha | 20.317,6 |
| CSN | Metalurgia e mineração | Brasil | 18.524,6 |
| Usiminas | Metalurgia e mineração | Argentina – Brasil – Japão | 10.734,1 |
| Nexa Resources | Metalurgia e mineração | Brasil | 7.828,0 |
| Novelis | Metalurgia e mineração | Índia | 5.980,6 |

Nota: Valor. Ranking Valor 1000. Nº 18, Ano 18, agosto 2018, p. 88-91

A seguir, a coleta e análise de dados serão apresentadas em detalhes.

Coleta e análise dos dados

A coleta e análise dos dados descritivos foi realizada com base nos indicadores propostos por Castelo Branco et al. (2014). Os itens analisados foram: código de ética e/ou conduta; link para seção responsabilidade social corporativa; detalhamento dos projetos de responsabilidade social corporativa; resultados dos projetos de responsabilidade social corporativa; clipes de imprensa e artigos relacionados à temática responsabilidade social corporativa; link para o relatório de sustentabilidade e/ou Global Reporting Initiative (GRI); prêmios e a presença em rankings com foco em responsabilidade social corporativa; e participação em fundações e/ou associações dedicadas a responsabilidade social corporativa.

A análise das ações sociais e sua articulação com a estratégia tomou como referência o estudo da United Nations Economic Commission for Africa, (2011), que

discutiu as iniciativas de responsabilidade social da indústria mineral na África, e apontou que as ações de responsabilidade social geralmente são articuladas em quatro áreas: (a) o Meio Ambiente; (b) Desenvolvimento Social e Comunitário; (c) Trabalho e Renda; e, (d) Direitos Humanos. Foram estudados, ainda, os relatórios de sustentabilidade das empresas das indústrias metalúrgica e de mineração, com o propósito de identificar as ações sociais nessas áreas.

Resultados

Análise descritiva

Conforme exposto na Tabela 2, as empresas analisadas consideram relevantes suas ações de responsabilidade social, na medida em que todas apresentam link na página principal do seu website para as iniciativas nesse campo. Isso sugere que o engajamento nas ações sociais é de grande importância para as maiores empresas de metalurgia e mineração no Brasil, como já demonstrado, por exemplo, por Silva Filho et al (2019) ao estudarem o setor farmacêutico brasileiro.

Hilson (2012) explica que nos países desenvolvidos existem pressões "invisíveis" que levam as empresas a adotarem práticas voluntárias de responsabilidade social. Entretanto, essas pressões são menores nas nações em desenvolvimento. Ainda assim, as maiores empresas brasileiras dos setores de metalurgia e mineração desenvolvem ações de responsabilidade social, o que indica a importância da responsabilidade social na estratégia competitiva nos setores. Salienta-se, também, que todas as empresas pesquisadas disponibilizaram o código de ética e/ou conduta.

Silva Filho et al. (2019) argumentam que o código de ética estabelece os padrões de comportamento aplicado aos empregados e, também, a terceiros, como fornecedores e clientes, estabelecendo as bases para as ações de responsabilidade social.

No que diz respeito aos setores metalúrgico e de mineração, os códigos de ética e/ou conduta apresentam grande variedade e amplitude, pois tratam desde práticas de produção consciente, até requisitos humanitários e sustentáveis exigidos aos fornecedores. Evidentemente, isso reflete o compromisso das empresas com as ações de responsabilidade social, considerando-se que o código de ética e/ou conduta define as bases para as ações de responsabilidade social. Efetivamente, as ações de responsabilidade social podem ser interpretadas apenas como instrumento de relações públicas e/ou marketing, se praticadas por uma empresa que agride os valores éticos da sociedade.

Tabela 2. Comunicação da responsabilidade social (RS) das empresas dos setores metalúrgico e de mineração. Brasil, 2019

| Firma | Código de ética / conduta | Link RS | Detalhamento de projetos de RS | | Resultados de projetos de RS | | Clipes imprensa | Relatórios RS / GRI | Prêmios / rankings RS | Participação fundações / associações RS |
|----------------------|---------------------------|---------|---------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|-----------------------|-----------------|---------------------|-----------------------|---|
| | | | Envolvimento comunidade / filantropia | Práticas responsáveis | Envolvimento comunidade / filantropia | Práticas responsáveis | | | | |
| Vale | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Gerdau | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| Arcelormittal Brasil | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CSN | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Usiminas | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Nexa Resources | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Novelis | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |

Nota: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

No que diz respeito ao detalhamento dos projetos de responsabilidade social, todas as empresas estudadas indicaram, em seus respectivos websites, o envolvimento com a comunidade, as ações de filantropia e as práticas responsáveis. Isso evidencia a importância atribuída pelas empresas à responsabilidade social.

Contudo, na apresentação dos resultados das ações sociais existem oportunidades de melhorias. As pessoas devem conhecer os resultados das ações sociais de forma fácil e compreensível. A disponibilidade do relatório GRI (Global Reporting Initiative) é importante, pois é instrumento de referência utilizado para apresentar tais resultados. Por conseguinte, é importante realizar esforços com o propósito de disponibilizar e aproximar o relatório de sustentabilidade das empresas estudadas ao padrão GRI.

Em países em desenvolvimento, como o Brasil, que padecem por problemas como a corrupção estrutural e uma frágil legislação que disciplina as atividades empresariais, as indústrias e corporações precisam aperfeiçoar a sua capacidade de se autorregular. Decorre daí a importância de se elaborar e facilitar o acesso aos relatórios de sustentabilidade. Entende-se que a responsabilidade social é relevante para as empresas estudadas e necessidade, por isso, ser mais que um instrumento de relações públicas. Para tanto, na medida em que o monitoramento das ações sociais pelos consumidores brasileiros for incrementado, as pressões sobre as empresas aumentarão e a prestação de contas, por meio dos relatórios de sustentabilidade, tornar-se-á mais efetiva.

No que diz respeito às empresas estudadas, com exceção da CSN, todas as demais possuem uma página no website com clipes para a imprensa e publicações sobre ações de responsabilidade social. No que diz respeito aos prêmios, somente as empresas CSN e Gerdau não informaram ter o reconhecimento por suas ações sociais e ambientais.

Os resultados indicam que as empresas estudadas precisam dar mais atenção ao trabalho desenvolvido por instituições e/ou fundações voltadas à responsabilidade social e ambiental. O apoio às instituições que têm por missão transformar a vida das comunidades e outros grupos sociais vulneráveis deve ser incentivado, tendo em vista que pode se desdobrar em um impacto positivo na imagem das empresas patrocinadoras, além da notável diferença que fará na vida de milhares de pessoas.

A análise descritiva demonstra, finalmente, que as empresas dos setores metalúrgico e de mineração comunicam e expõem o seu comprometimento com as ações de responsabilidade social. Todavia, existem limitações no relato dos resultados e no apoio às fundações sociais. A hipótese levantada para explicar tal comportamento é que as pressões originárias das regulamentações ambientais, sindicatos e consumidores são relativamente fracas e não condicionam as empresas para que efetivamente se empenhem nesse sentido.

Análise dos relatórios de sustentabilidade

As empresas Vale, Gerdau, Arcelormittal, Usiminas, Nexa Resources e Novelis possuem link no website corporativo para o relatório de sustentabilidade. A CSN informa que utiliza critérios de mapeamento dos impactos ambientais, sociais e econômicos de acordo com as diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI), para todas as suas operações. Não obstante, o relatório não está disponível no website corporativo, ainda que a empresa disponibilize um conjunto de informações sobre responsabilidade social e ambiental no website corporativo.

Meio Ambiente

O quesito meio ambiente é relevante, sobretudo, para as empresas dos setores de metalurgia e mineração, uma vez que suas atividades possuem elevado impacto ambiental. Esses setores demandam grandes volumes de recursos naturais e falhas no desenvolvimento das atividades operacionais têm elevado potencial de prejudicar os ecossistemas e impor custos a toda sociedade. Desastres ambientais com graves sequelas sociais, como os citados anteriormente, ocorridos em Minas Gerais, requerem elevados investimentos para a reparação dos danos, e, também, na recuperação da imagem da empresa.

Examinando os relatórios de sustentabilidade, verificou-se que as firmas estudadas procuram evidenciar o seu compromisso com a proteção ambiental. Para tanto, as empresas Vale, Gerdau, Arcelormittal, Usiminas e Nexa Resources informam os gastos com as ações ambientais, destacando, inclusive, os investimentos voluntários daqueles realizados por exigência legal, decorrentes, por exemplo, de termos de ajustamento de conduta, celebrados com órgãos governamentais.

Apesar dos esforços das empresas abordadas para com a proteção do meio ambiente, é evidente que existem possibilidades de melhorias. No caso da Vale, por exemplo, houve redução, em termos nominais, nos investimentos socioambientais entre 2016 e 2018. Na Arcelormittal, grande parte dos investimentos socioambientais foi realizado por exigência da assinatura do Termo de Compromisso Ambiental Preliminar com o Ministério Público Federal e do Estado do Espírito Santo, em fins de 2017.

Nos relatórios de sustentabilidade das empresas CSN e Novelis, constam metas e ações sociais e ambientais. Entretanto, as mesmas não apresentam os investimentos realizados de forma detalhada. Efetivamente, os relatórios de sustentabilidade dessas empresas não revelam os seus compromissos com a sustentabilidade.

De qualquer forma, a análise dos relatórios de sustentabilidade indica que os investimentos anunciados para a proteção ambiental estão voltados, sobretudo, para a eficiência operacional. Constatou-se que os investimentos destinados ao meio ambiente estão concentrados em obras e reformas para melhorar os controles ambientais das plantas industriais. Outros investimentos são dirigidos para a educação ambiental, reciclagem, preservação da fauna e flora e reflorestamento, e afins. Quanto à motivação para os investimentos em proteção do meio ambiente, sendo parcela expressiva realizada por exigência legal, desponta cristalina a relevância das regulamentações como instrumento de pressão.

A responsabilidade social é caracterizada por ações concretas que trazem benefícios à sociedade, ao meio ambiente e ao público interno da empresa. Verifica-se, então, a importância do detalhamento das ações sociais, dos resultados e investimentos realizados, que precisam constar nos relatórios de sustentabilidade.

Desenvolvimento social e comunitário

Todas as empresas estudadas apresentaram informações sobre as ações voltadas ao desenvolvimento social e comunitário. Para combater as injustiças sociais as empresas oferecem apoio às instituições filantrópicas. Isto parece ser, na percepção dessas empresas, importante para a construção de uma imagem positiva. O apoio às instituições

filantrópicas é um meio para demonstrar o envolvimento com as comunidades locais e, além disso, contribui para o progresso social e cultural do país.

Examinando os relatórios de sustentabilidade, asseverou-se que as empresas realizam investimentos sociais em áreas como educação, saúde, cultura, esporte, empreendedorismo, entre outras. Para tanto, utilizam recursos próprios e, também, recorrem às leis de incentivo fiscal. A Nexa Resources, por exemplo, informa que, em 2017, 44% dos recursos aplicados em investimento social foram incentivados, constituindo um exemplo primoroso da atuação de uma empresa privada em conjunto com o setor público.

Contudo, os relatórios de sustentabilidade podem ser mais detalhados, de modo a apresentarem, por exemplo, os recursos investidos em cada projeto, o número de beneficiados e os resultados alcançados. Além disso, o ato de explicitar as razões que motivaram os investimentos realizados, como faz a Arcelormittal, que afirma concentrar os investimentos sociais em educação para atender à demanda pela melhoria da formação geral dos jovens e crianças, faz-se indispensável.

De qualquer forma, empresas como Vale, Gerdau, Arcelormittal, Usiminas, Nexa Resources e CSN apresentaram os valores dispendidos em ações voltadas ao desenvolvimento social e comunitário. A empresa Novelis, por sua vez, relatou iniciativas sociais sem apresentar os valores dos investimentos realizados.

Emprego e renda

A sociedade espera que as empresas ofereçam condições de trabalho dignas aos seus funcionários, com salários justos e sem discriminação de qualquer natureza.

A Vale privilegiou, no relatório de sustentabilidade, a temática saúde e segurança ocupacional. Indubitavelmente, o tratamento dispensado aos funcionários influencia as decisões das partes interessadas. No caso da Vale, essa temática é relevante face o rompimento da Barragem I da mina Córrego do Feijão, em janeiro de 2019, que resultou na morte de centenas de pessoas (PASSARINHO, 2019). A empresa se propôs, então, a realizar a revisão crítica dos protocolos e ferramentas de segurança, visando à redução dos riscos ocupacionais dos empregados.

Empresas como Gerdau, Usiminas, Arcelormittal e Nexa Resources apresentam os fundamentos da política de gestão de pessoas e exteriorizaram que procuram ser transparentes quanto ao modelo de gestão dos recursos humanos. Disponibilizam, portanto, dados sobre o tipo de contrato de trabalho, empregados por faixa salarial, empregados por faixa etária, rotatividade da mão de obra, empregados por categoria funcional, entre outras. Além disso, apresentam essas informações por gênero.

Quanto a isso, os dados indicam que tem crescido a participação feminina no quadro de pessoal e, especificamente, em cargos gerenciais e com nível superior. A Nexa Resources, por exemplo, assumiu o compromisso de atingir 20% de mulheres em toda a empresa até 2025. Isso é relevante e deve ser apoiado, face às desigualdades de gênero existentes no Brasil. A Gerdau, por sua vez, disponibiliza dados por etnia, o que é uma informação importante para se acompanhar, ao longo do tempo, os esforços da empresa com o propósito de reduzir a discriminação por raça.

Em relação aos relatórios de sustentabilidade das empresas CSN e Novelis, não foram encontradas informações significativas acerca dos esforços para oferecer

tratamento justo aos funcionários, igualdade de oportunidades no desenvolvimento da carreira, políticas que visem impedir a discriminação de gênero, raça, idade, religião e outros. Isto não significa que tais preocupações não estejam presentes em ambas as organizações, mas a inexistência de dados referentes a essas pautas prejudica o relacionamento dessas empresas com seus clientes, acionistas e com a sociedade civil, que anseia padrões dignos de tratamento a seus colaboradores.

Direitos humanos

O artigo primeiro da Constituição Federal de 1988 estabelece que a República se constitui em Estado Democrático de Direito, e tem como fundamentos, entre outras coisas, a dignidade da pessoa humana. O artigo quinto esclarece que todos os cidadãos são iguais perante a lei, e têm direito à inviolabilidade da vida, à liberdade, à igualdade, à segurança (Brasil, 1988).

Por conseguinte, o respeito aos direitos humanos é elemento fundamental na organização da sociedade brasileira. Nesse sentido, as empresas instaladas no país se veem obrigadas a respeitar e tomar iniciativas com o propósito de colocar em prática os direitos humanos de todos os cidadãos.

As empresas Vale, Arcelormittal, Usiminas e Nexa Resources abordam a temática direitos humanos em seus relatórios de sustentabilidade. Fundamentalmente, anunciam políticas de concordância com os direitos humanos e exigem que seus fornecedores não utilizem trabalho infantil ou escravo, ofereçam um ambiente de trabalho seguro e saudável, assegurem a liberdade para associação e a não discriminação por gênero, raça, classe social, nacionalidade, religião, entre outros.

As empresas Gerdau, CSN e Novelis deixaram de tratar dessa temática no relatório de sustentabilidade. Efetivamente, para fazer da responsabilidade social um instrumento relevante na construção do diferencial competitivo, essas empresas precisam demonstrar maior preocupação com o respeito aos direitos humanos e ao fornecimento responsável.

Articulação entre responsabilidade social e estratégia

Como destacado anteriormente, a literatura aponta que a responsabilidade social está diretamente ligada à estratégia.

Ao examinar os relatórios de sustentabilidade, atestou-se que as empresas Vale, Gerdau, Arcelormittal, Usiminas e Nexa Resources parecem utilizar as ações sociais também com o propósito de melhorar a reputação e fortalecer os laços com as partes interessadas: seus relatórios de sustentabilidade detalham o envolvimento das partes interessadas e apontam as questões prioritárias em termos de responsabilidade social e sustentabilidade para cada uma das empresas.

A sociedade espera, das empresas, responsabilidades que vão além da geração de riquezas para os seus acionistas, investidores e dirigentes. Em verdade, aspiram que as empresas assumam um compromisso com o desenvolvimento sustentável. Os relatórios de sustentabilidade mostram esforços das empresas com o propósito de elevar o bem-estar das partes interessadas. Assim, empresas e sociedade aparentam estabelecer relações de trocas virtuosas. Por conseguinte, a responsabilidade social irrompe como uma ferramenta importante para a construção da vantagem competitiva dessas empresas e, mais importante, para a edificação de um mundo melhor para todos os seres vivos.

Considerações finais

Com base nas análises realizadas e, através das correlações realizadas com a bibliografia apresentada, tornou-se factível afirmar que as empresas dos setores metalúrgico e de mineração compreendem a relevância das ações de responsabilidade social, pois demonstraram interesse em realizar e comunicar as suas iniciativas nessa área. Para tanto, utilizam seus correspondentes websites corporativos, disponibilizando desde o código de ética, até os relatórios de sustentabilidade.

Aspecto crítico diz respeito à comunicação dos resultados das ações sociais, tanto no website corporativo, quanto por meio dos relatórios de sustentabilidade. Como importante oportunidade de melhoria, enfatiza-se a realização de esforços com o propósito de publicar os resultados econômicos e ambientais de acordo com as orientações Global Reporting Initiative (GRI). Através do GRI, as empresas podem incrementar sua transparência acerca do papel da responsabilidade social e da sustentabilidade em suas estratégias competitivas, bem como o valor que pretendem retornar para colaboradores, acionistas e sociedade.

Examinando as ações de responsabilidade social das indústrias metalúrgica e de mineração para a proteção do meio ambiente, promoção do desenvolvimento social e comunitário, geração de emprego e renda, e fortalecimento dos direitos humanos, constatou-se que a maioria – cinco dentre as sete empresas estudadas – apresentou transparência em relação às suas iniciativas e aos resultados alcançados. Diante disso, pode-se afirmar que essas empresas parecem utilizar a responsabilidade social como meio para a construção do diferencial competitivo. Nesses casos, a responsabilidade social está diretamente ligada à estratégia.

No que diz respeito às limitações dessa pesquisa, em primeiro lugar, a amostra ficou restrita às poucas grandes empresas listadas em um ranking específico. Sendo a amostra maior, possibilitando que as empresas de menor porte fossem incorporadas, os riscos de distorção dos resultados seriam menores. Outra limitação refere-se à pesquisa documental, que ficou restrita às informações disponíveis no website corporativo. Formas alternativas de comunicação da responsabilidade social merecem ser estudadas, como nas redes sociais, por exemplo. Além disso, a subjetividade na captura das informações pode interferir nos resultados. Essa limitação foi minimizada face o tamanho da amostra, o porte das empresas e a observação do contexto social.

Finalmente, pesquisas futuras podem ampliar o número, o porte e a categoria das empresas estudadas. Novos e populares meios para comunicação da responsabilidade social também devem ser analisados, assim como o conteúdo das informações divulgadas. A ampliação da compreensão do fenômeno da comunicação da responsabilidade social requer, ainda, o acompanhamento no tempo e a avaliação qualitativa do conteúdo do site corporativo das empresas dos setores metalúrgico e de mineração no Brasil

Referências

Baraibar-Diez, E., & Sotorrió, L. L. (2018). O efeito mediador da transparência na relação entre responsabilidade social corporativa e reputação corporativa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios-RBGN*, 20(1), 05-21.

- Barnett, M. L. (2007). Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 794-816.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman Harper & Row*. New York.
- Brasil, Constituição Federal (1988). Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 07 nov. 2019.
- Castelo Branco, M., Delgado, C., Sá, M. & Sousa, C. (2014), Comparing CSR communication on corporate web sites in Sweden and Spain, *Baltic Journal of Management*, Vol. 9 No. 2, pp. 231-250. <https://doi.org/10.1108/BJM-10-2013-0151>
- Castro, A. E., Campos, S. A. P., & Trevisan, M. (2018). A institucionalização (ou banalização) da Sustentabilidade Organizacional à luz da teoria crítica. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 12(3), 110-123.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Review*, 12(1), 85-105.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Comissão, D. C. E. (2001). *Livro verde: promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*. Bruxelas: [s. ed.].
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13.
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70-76.
- Donadelli, F., Veiga, J. P., Brandão, R., & Martin, S. B. (2016). Responsabilidade social na mineração e o ciclo político local: o caso da Alcoa em Juruti (Pará). *RURIS-Revista do Centro de Estudos Rurais-UNICAMP*, 10(1).
- Faria, A., & Sauerbronn, F. F. (2008). A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica. *Revista de Administração Pública*, 42(1), 7-33.
- Franks, D. M., & Cohen, T. (2012). Social License in Design: Constructive technology assessment within a mineral research and development institution. *Technological Forecasting and Social Change*, 79(7), 1229-1240.
- Friedman, M. (1970, September 13). A Friedman doctrine: The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, 13, 32-33.
- Friedman, M. (2009). *Capitalism and freedom*. University of Chicago press.
- Freeman, R. E. (2001). A stakeholder theory of the modern corporation. *Perspectives in Business Ethics* 3, 144.
- Galbreath, J. (2009), Building corporate social responsibility into strategy, *European Business Review*, 21(2), 109-127. <https://doi.org/10.1108/09555340910940123>
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Editora Atlas SA.
- Green, T., & Peloza, J. (2011). How does corporate social responsibility create value for consumers? *Journal of Consumer Marketing*, 28(1), 48-56.
- Hilson, G. (2012). Corporate Social Responsibility in the extractive industries: Experiences from developing countries. *Resources Policy*, 37(2), 131-137.

- Holmes, S. L. (1976). Executive perceptions of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 19(3), 34-40.
- Jones, T. M. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review*, 22(3), 59-67.
- McManus, T., Holtzman, Y., & Lazarus, H. (2008). The business strategy/corporate social responsibility “mash-up”. *Journal of Management Development*, 27(10), 1066-1085.
- Ministério Público Federal (2019). *Grandes Casos. Caso Samarco*. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/caso-samarco>. Acesso em: 12 out. 2019.
- Parsons, R., & Moffat, K. (2014). Constructing the meaning of social licence. *Social Epistemology*, 28(3-4), 340-363.
- Passarinho, N. (2019, 29 de janeiro). *Tragédia com barragem da Vale em Brumadinho pode ser a pior no mundo em 3 décadas*. BBC News, Londres, 29.
- Pinheiro, S. M. D. (2012). *Responsabilidade Social Empresarial: uma abordagem atual*. (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Engenharia, Universidade do Porto, Portugal.
- Prno, J., & Slocombe, D. S. (2012). Exploring the origins of ‘social license to operate’ in the mining sector: Perspectives from governance and sustainability theories. *Resources Policy*, 37(3), 346-357.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Silva Filho, C. F., Benedicto, S. C., Sugahara, C. R., & Georges, M. R. R. Corporate Social Responsibility of Pharmaceutical Industry in Brazil. *International Journal of Humanities and Social Science* (online), 9, 40-50.
- Trivinos, A. N. S. (2010). *Introdução à Pesquisa de Ciências Sociais* [Introduction to the research on Social Sciences]. São Paulo: Atlas.
- United Nations. Economic Commission for Africa. Publications, & Conference Management Section (Addis Ababa). (2011). *Minerals and Africa’s Development: The International Study Group Report on Africa’s Mineral Regimes*. Economic Commission for Africa.
- Valor (2018). *Ranking Valor 1000*. Nº 18, Ano 18.