

# MINERAÇÃO DO FUTURO: o discurso da promessa<sup>1</sup>

Márcio Simeone Henriques<sup>2</sup>  
Ivone de Lourdes Oliveira<sup>3</sup>  
Fábia Pereira Lima<sup>4</sup>

**Resumo:** O artigo faz uma reflexão sobre o discurso da Mineração do Futuro, a partir de análises feitas em processo de investigação desenvolvido durante os dois últimos anos. Tomamos por base o material discursivo disponível do International Council on Mining and Metals–ICMM e Development Partner Institute–DPI, considerados atores institucionais, organizadores de um discurso de caráter doutrinário, como promessa em favor dos direitos humanos, da sustentabilidade ambiental, da escuta e do diálogo. A Carta Compromisso elaborada pelo Instituto Brasileiro de Mineração–IBRAM apresenta-se para análise como uma situação concreta de um discurso autorreferente, construído por esses atores institucionais. Retiramos daquele documento aspectos que evidenciam a reprodução do discurso da Mineração do Futuro como promessa, em uma rede dinâmica e complexa de construção da influência.

**Palavras-Chave:** Discurso; Mineração do futuro; comunicação organizacional.

**Abstract:** The article reflects on Mining of the future discourse, based on analyzes carried out in the research developed during the last two years. We take as a base the discursive material available from the International Council on Mining and Metals – ICMM and Development Partner Institute – DPI, considered institutional actors, organizers of a doctrinal speech, as a promise in favor of human rights, environmental sustainability, listening and dialogue with multiple stakeholders. The Commitment Letter prepared by the Brazilian Mining Institute - IBRAM is presented for analysis as a concrete situation of a self-referential discourse, built by these institutional actors. In that document, we looked for aspects that show the reproduction of the Mining of the Future discourse as a promise, in a dynamic and complex network of influence construction.

**Keywords:** Discourse; Mining of the future; Organizational Communication.

## 1. Introdução

Este artigo tem o propósito de apresentar reflexões produzidas no percurso investigativo da pesquisa “Disputas de sentidos em torno da mineração: marcas discursivas das organizações e das instâncias de vigilância civil”, desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa Dialorg – Comunicação no contexto Organizacional: aspectos teóricos e conceituais. Procuramos investigar a construção e circulação de discursos do setor da mineração, em âmbito global e local. Neste estudo, em particular, voltamo-nos para duas entidades internacionais que se empenham na formação de um discurso geral para o setor: o ICMM - *International Council on Mining and Metals* e o DPI - *Development Partner Institute*.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Comunicação Organizacional do XXIX Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande - MS, 23 a 25 de junho de 2020.

<sup>2</sup> Universidade Federal de Minas Gerais, Doutor, simeone@ufmg.br.

<sup>3</sup> Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Doutora, ivonepucmg@gmail.com.

<sup>4</sup> Universidade Federal de Minas Gerais, Doutora, fabialima@ufmg.br.

Focalizaremos o discurso da mineração do futuro<sup>5</sup> como promessa do setor, buscando evidenciar como ele vem sendo produzido e reproduzido em consonância com o atual contexto no qual a atividade de mineração se desenvolve. Queremos tecer considerações acerca de alguns resultados parciais da pesquisa em andamento, em etapa na qual buscamos analisar o discurso no nível mais geral do setor de mineração, por meio de entidades representativas que traçam diretrizes, articulam suas políticas comuns e as apresentam publicamente, como as duas acima referidas.

O contexto da atividade extrativa mineral nas últimas décadas é bastante complexo. Para nosso exame, definimos um recorte correspondente a uma década (2008 a 2018). No entanto, nesta reflexão, permitimo-nos utilizar como referência uma carta compromisso elaborada pelo IBRAM – Instituto Brasileiro de Mineração, emitida em maio de 2019<sup>6</sup>, distribuída a todos participantes da Exposibram 2019<sup>7</sup>, fazendo, a partir dela, um paralelo com alguns aspectos mais importantes do discurso geral da mineração, em nível internacional. Sendo o IBRAM entidade no âmbito nacional vinculada ao ICMM e que projeta as diretrizes gerais no âmbito brasileiro de atuação das empresas minerárias, consideramos que aquele documento evidencia a constituição de um *corpus* discursivo que, em sua generalidade, posiciona globalmente a atividade de mineração e a justifica.

Este contexto atual mais específico é muito bem marcado e, por vezes, apontado como uma “crise da mineração”, tanto pelo próprio setor quanto pelos seus críticos. Não se trata apenas de uma crise econômico-financeira, mas de toda uma conjuntura que passa a desafiar com maior força e intensidade aquela atividade, em todas as partes do mundo. Para fundamentar nossas análises, trabalhamos com a proposta de Cronin (2018), para quem vivemos em uma *democracia comercial*, onde o discurso mercadológico tem sido aprimorado

<sup>5</sup> Reconhecemos também como correlatas as expressões correntes “Nova mineração” e “Mineração 4.0”.

<sup>6</sup> Cumpre destacar que o foco dirigido à carta-compromisso, que foi publicada em 2019 pelo IBRAM, é aqui tão somente um recurso para fazer uma referência ilustrativa de síntese acerca daquilo que é investigado em profundidade na pesquisa, que inclui a ideia de “mineração do futuro” como algo que vem sendo gestado exatamente no período que definimos.

<sup>7</sup> A Exposibram é um dos maiores eventos de mineração da América Latina, voltada para empresários, representantes de organizações governamentais e privadas do setor, promovida pelo Instituto Brasileiro de Mineração (IBRAM). Conta com uma exposição das principais mineradoras com atuação global e de grandes fornecedores de produtos e serviços ligados à indústria mineral, além de um congresso do qual participam especialistas, pesquisadores, estudantes e representantes de empresas, com palestras e debates sobre o contexto político e socioeconômico global, bem como as perspectivas de negócios para a atividade.

na criação de novas formas de promessas de representação, voz e agência (entre o mundo comercial das empresas, as marcas e os públicos), à medida que o contrato social convencional entre os governos e as pessoas se deteriora – uma discussão que se aproxima do que Deetz (1992) descreveu como a *era da colonização corporativa*. É a partir da noção arendtiana de contrato social como promessa que a autora argumenta pela centralidade da comunicação organizacional nos processos políticos e sociais em um nível mais fundamental de conformação da sociedade contemporânea. Para Cronin, “ao reformular o contrato ou promessa social, as RP e outras indústrias promocionais oferecem uma forma de 'democracia comercial' que tem consequências sociais e políticas de longo alcance<sup>8</sup>” (CRONIN, 2018, p.3. Tradução nossa).

Este artigo está organizado em três movimentos. No primeiro, procuramos situar a gênese da ideia de mineração do futuro, no contexto dos principais marcos de atuação dessa indústria, notadamente no Brasil. No segundo, apresentamos os atores mais proeminentes e cuja influência conformam o discurso da indústria mineradora em nível global, objeto de análise da pesquisa, buscando identificar como se dá essa construção da influência social. No terceiro, examinamos o discurso que vem sendo produzido como sendo a mineração do futuro e discutimos como a promessa se conforma como contrato social em uma nova forma de democracia comercial.

## 2. A gênese da ideia da mineração do futuro

A mineração é atividade que passou por uma expansão extraordinária nas últimas décadas, ao mesmo tempo em que o desenvolvimento da produção e do consumo modernos passaram a aumentar a sua dependência dos recursos minerais. Pode-se verificar que, para além de sofrer grandes abalos com as crises econômicas globais, especialmente em 2008, a indústria da mineração fez crescer, nos últimos anos, o seu impacto ambiental e social. A pesquisa envolveu um levantamento amplo de dados acerca do histórico da atividade de mineração no período abrangido, de modo a favorecer uma compreensão do contexto da produção do discurso.

<sup>8</sup> In reformulating the social contract or promise, PR and other promotional industries offer a form of ‘commercial democracy’ which has far-reaching social and political consequences (CRONIN, 2018, p.3).

Como estratégia metodológica, foi elaborada uma linha do tempo, dividida em quatro eixos temáticos, dentre os quais destacamos, no presente trabalho, resumidamente, os dois indicados a seguir:



Fig. 1 - extrato da linha do tempo com os principais marcos político-institucionais  
 Fonte: elaborado pelo Grupo de Pesquisa

O primeiro eixo se refere a acontecimentos ligados à recente organização político-institucional do setor, como as declarações de posição periódicas do ICMM, desde 2009; a criação do DPI, em 2016; e o Guia IBRAM de Boas Práticas para Gestão de Barragens e de Outras Estruturas de Disposição de Rejeitos, em 2019.



Fig. 2 - extrato da linha do tempo com os principais rompimentos de barragem no país  
 Fonte: elaborado pelo Grupo de Pesquisa

O segundo eixo destaca os rompimentos de barragem, com vítimas fatais e grande impacto socioambiental no território brasileiro. Chama a atenção o encurtamento do intervalo entre as tragédias, evidenciando o crescimento da tensão social em relação à atividade e ao seu modelo produtivo. O Brasil figura no contexto minerário com marcos muito fortes, como as tragédias dos rompimentos das barragens de Fundão, em Mariana, no ano de 2015, e de Córrego do Feijão, em Brumadinho, em 2019. Estes acontecimentos, com repercussão mundial e impactos duradouros sobre o meio ambiente e causadores de tragédias pessoais,

com mortes de muitas pessoas, foram decisivos para que a indústria de mineração acelerasse a revisão de seus processos de produção e, além disso, criasse um discurso que identificasse a mineração às necessidades da sociedade, reforçando sua importância econômica.

A linha do tempo, a partir dos dois eixos destacados, busca evidenciar resumidamente como se chegou à proposta da mineração do futuro e alguns dos principais marcos pelos quais passou. Tal proposta precisa ser contextualizada no bojo das articulações de alguns atores que conformam a organização político-institucional do setor (onde destacamos a atuação do DPI, do ICMM e do IBRAM, objetos de nossa análise) e do impacto dos desastres em territórios minerários, que modulam o discurso da mineração do futuro. O período examinado é de crescimento também exponencial dos questionamentos acerca das práticas dessa indústria, seja no cenário ambiental, diante do quadro de mudanças climáticas e do aquecimento global, seja no social, diante do enorme impacto sobre as populações nos territórios em que atua e da atenção cada vez maior às violações de direitos humanos nesses ambientes.

### 3. Construção de influência social pela indústria mineradora

Acreditamos que estudar as lógicas da construção e operação da influência, tal como proposto por Mayhew (1997), significa compreender “um processo de afiliação, que tem por base a confiança e a reputação. Tal visão nos permite compreender a influência como um *medium*, ou seja, também como um recurso, capaz de regular as transações que se dão entre as organizações e os públicos” (HENRIQUES, 2018, p. 80), além de ampliar a compreensão sobre os processos de formação de públicos e da opinião pública e, conseqüentemente, da vida social. A opinião pública, enquanto “uma rede dinâmica de interferências discursivas no espaço público, de permanente conflito e disputa por influência” (HENRIQUES, 2018, p. 81), demanda análises que ultrapassem a visão instrumental e dicotômica das relações sociais (e organizacionais), buscando visualizar a dinâmica relacional e reflexiva entre organizações e públicos, bem como a regulação das suas interinfluências, ou seja, o constante embate pela influência recíproca:

Condizente com a atuação globalizada, a esfera dos *giant businesses* requer uma operação intensiva de todos os entes que compõem o *complexus* contemporâneo da comunicação estratégica, a fim de sustentar publicamente seus interesses. Daí a importância de verificarmos os mecanismos pelos quais essas ações constroem seu potencial de envolvimento e de influência no espaço público (HENRIQUES, 2018, p.79-80).

Cuidar da boa imagem da indústria da mineração, como um todo, foi e tem sido uma iniciativa estratégica no enfrentamento dos desafios que se apresentam às mineradoras. Trata-se de um esforço de gerenciamento da reputação, atividade típica de comunicação organizacional. Para além dos esforços localizados na ação de uma ou outra organização, o princípio geral é o de que nenhuma empresa, por si só, seria (ou é) capaz de construir uma imagem positiva para si se a indústria, em sua globalidade, tem uma reputação ruim. Consideramos as organizações atores sociais, ou seja, entes com capacidade de agência (OLIVEIRA, PAULA, 2007; OLIVEIRA, SOARES, 2011); e nosso interesse na pesquisa envolve buscar uma melhor compreensão sobre como se dá o jogo de influências que permeiam o setor da mineração, a partir do discurso circulante que envolve seus principais atores.

A influência social é um componente fundamental na construção da reputação em diversas esferas de ação e de organização institucional no campo da mineração. As empresas não fazem isso sozinhas, mas por associações que, por sua vez, tendem a criar outras esferas institucionais. Estas esferas operam por representação (representam um conjunto de atores ou se referem ao campo de atuação), ampliam o domínio da influência por seu poder de agregação e de coesão, dando a ver a existência de um campo maior que qualquer uma das partes, isoladamente. Essa esfera, portanto, torna-se prolocutora<sup>9</sup>, adquire um papel de falar em nome desse conjunto e de promover alianças para além daquilo que é imediatamente ligado ao campo.

O *International Council on Mining and Metals* - ICMM (Conselho Internacional de Mineração e Metais) remonta suas origens na *Global Mining Initiative* (Iniciativa de Mineração Global), uma declaração pioneira. Inicialmente assumida por nove empresas, em 1998, a GMI posicionava suas signatárias em favor de princípios de desenvolvimento sustentável na mineração. A iniciativa desdobrou-se no projeto MMSD - *Mining, Minerals and Sustainable Development* (Mineração, Minerais e Desenvolvimento Sustentável) que, por sua vez, encerrou-se na criação, em 2001, do ICMM. Atualmente, o ICMM se assume como liderança mundial catalisadora do setor, no que se refere ao estabelecimento de princípios que orientem a atuação das empresas da indústria de mineração, globalmente.

<sup>9</sup> No sentido que Mayhew (1997) atribui à prolocução em seu estudo sobre o processo de influência social.

O *Development Partner Institute* (Instituto Parceiro de Desenvolvimento) – DPI -, criado no final de 2016, apresenta-se como uma entidade independente e neutra para fomentar o debate sobre mineração, a partir do engajamento da sociedade, como representantes da academia, do governo, da sociedade civil, da igreja, do setor, dentre outros. Inicialmente conduzido pela *Kellogg Innovation Network* (agora *The World Innovation Network - TWIN*), pode ser considerada um *think tank* do setor e a principal voz mundial da mineração do futuro. Traz como proposta a inovação no modelo de negócios da indústria, visando o cumprimento de seu “objetivo econômico, ambiental e social compartilhado” (DPI, 2018, p.4).

Já o Instituto Brasileiro de Mineração – IBRAM - associado ao ICMM, é uma organização privada e sem fins lucrativos, fundada em 1976, que representa as empresas e instituições da indústria, buscando o "estabelecimento de um ambiente favorável aos negócios, à competitividade e ao desenvolvimento sustentável"<sup>10</sup>. Autodeclarado porta-voz da mineração brasileira, o Instituto atua junto a diferentes segmentos econômicos e atores públicos, como os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, tanto no plano federal como no estadual, organizações não governamentais (ONGs), entidades empresariais e de trabalhadores.

Quando refletimos sobre as esferas institucionais pesquisadas, notamos que são organizações de natureza distinta, no que se refere ao modo como exercem sua influência social. O IBRAM e o ICMM são entidades representativas do setor no campo político e econômico que advogam publicamente por grupos e interesses específicos, enquanto o DPI, no formato de um *think tank*, é uma iniciativa que se apresenta como independente, dedicada à produção de conhecimentos e ideias “para obter suporte e influenciar o processo de formulação de políticas<sup>11</sup>” (RICH, 2004, p.11. Tradução nossa). Ao contrário das instituições anteriores, o DPI reveste-se de uma couraça de neutralidade e autonomia<sup>12</sup> para, a partir dela, atuar em certas agendas ideológicas, buscando influenciar nas pautas e nos processos políticos de seu interesse. Conforme expresso em sua missão de “adiantar e ampliar o

<sup>10</sup> Disponível em: <http://portaldaminerao.com.br/ibram/sobre-o-ibram/>. Acesso: 18/02/2020.

<sup>11</sup> “...to obtain support and to influence the policymaking process (RICH, 2004, p.11)”.

<sup>12</sup> Diversos autores têm criticado a noção de que os *think tanks* são instituições autônomas e independentes. McGann e Jonhson (2005), por exemplo, defendem que vários fatores, como a necessidade de financiamento, os interesses próprios e externos, os tipos de afiliações que mantêm, dentre outros, comprometem e definem graus distintos de autonomia e independência dessas entidades.

pensamento inovador; construir pontes entre grupos que têm uma participação na mineração; engajar o ecossistema minerário” (DPI, 2018, p.4). O DPI faz a articulação não em nome do setor da mineração para com a sociedade mas, do modo como se assumem, da sociedade (ou das partes interessadas) para com a mineração:

A iniciativa foi criada nos últimos cinco anos por um grupo de múltiplas partes interessadas (*multistakeholders*) – tendo ganhado muita atenção com um grande grupo de participantes e partes interessadas (*stakeholders*) da indústria. (...) Em 2016, lançamos o Instituto de Parcerias de Desenvolvimento (DPI), uma entidade independente criada com a intenção específica de continuar a aumentar, inovar e defender a Abordagem, e de funcionar como um espaço neutro de realização de outros debates chave na área da mineração. (DPI, 2018, p.2)

Estas instâncias atuam na construção de influência social pela indústria mineradora. E a construção e ampliação da influência social tem endereço institucional: ao mercado, ao Estado e à sociedade civil. Assim, os diversos atores institucionais são procurados para eventuais alianças ou mesmo aliciados para recrutamento dentre os diversos atores das esferas institucionais. O papel de representação, portanto, envolve a geração de potentes relacionamentos interinstitucionais, produzindo e fazendo circular os discursos num nível de operação mais abrangente. Daí a relevância do estudo dos discursos circulantes (entendendo, inclusive, a construção de discursos institucionais como prática de Relações Públicas e Comunicação Organizacional) que se conformam como promessa que vincula os atores (dando-lhes voz, representação e agência) em uma nova forma de contrato social (CRONIN, 2018).

#### 4. A promessa da mineração do futuro

Nossa pesquisa aponta que a indústria da mineração tem tentado posicionar seus atores não apenas sob o rótulo de socialmente responsáveis, que assumem uma atuação socialmente engajada, mas como agências de desenvolvimento social e ambiental, de fato (HUMPHREYS, 2015). Isso pode ser percebido, por exemplo, na proposição central da Carta Compromisso à sociedade, do IBRAM, de que "a mineração pode - e deve - ser um vetor para o desenvolvimento; indutora da transformação tecnológica; contribuinte ativa para um modo de vida equilibrado e inclusivo; protagonista no incentivo à economia circular e agente de cuidado com o meio ambiente” (IBRAM, 2019, sp).



A atuação em territórios minerários demanda a construção de credenciais junto a uma ampla gama de grupos de interesse, como interlocutores comprometidos com uma visão de futuro junto às populações locais (ou, como quer o ICMM, às comunidades anfitriãs) e, principalmente, como atores capazes e com disponibilidade de recursos para atuar na pauta e execução de políticas públicas de interesse comum, conjuntamente com os governos. Tal perspectiva coaduna com o entendimento de Cronin (2018) de que a política – e, logo, a definição de políticas públicas que impactam na conformação da vida social - é moldada pela influência intensificada das empresas. Essa perspectiva é exemplarmente materializada nas declarações de posição que enfatizam os esforços do ICMM (e de todos os seus membros signatários, com atuação global, nacional e regional), como nos trechos a seguir: “ICMM e seus membros trabalharão com os governos para desenvolver políticas e regulações de mudança do clima”; “... os membros do ICMM esforçam-se para trabalhar positivamente com os governos e as organizações da sociedade civil que estão comprometidos com a transparência das receitas”; “No longo prazo, os membros do ICMM estão dispostos a trabalhar com outros para aproveitar iniciativas nacionais para ampliar a abrangência e a propagação da boa governança”; “As empresas membro do ICMM pretendem ser os parceiros preferidos dos países e comunidades anfitriãs no desenvolvimento dos recursos minerais”; e “O ICMM espera que a cada vez mais governos, organismos para o desenvolvimento e grupos civis trabalhem com membros do ICMM nessas parcerias para aumentar a contribuição da mineração para o desenvolvimento” (ICMM, 2019, sp).

A ideia de constelação discursiva que adotamos em nossa pesquisa, inspirados em Dryzek (2004), é uma metáfora útil para representar a composição de uma diversidade de discursos e de contradiscursos em vários níveis, em camadas de sentido, menos ou mais concretos, menos ou mais gerais, sejam eles produzidos nas esferas institucionais, sejam nas interações intersubjetivas triviais. Não obstante a diversidade dos discursos, vistos em conjunto formam uma unidade de representação dinâmica, em permanente atualização, tanto naquilo que propõe um imaginário comum sobre a atividade minerária e sobre as mineradoras, quanto naquilo em que desafiam essas mesmas visões. Trata-se, portanto, de compreender esse movimento em relações complexas de produção de sentido nas/pelas interações, onde tanto os discursos quanto o que no nosso estudo chamamos de contradiscursos compõem a constelação, uma vez que ambos se encontram sempre em relação de mútua referência e, portanto, de mútua influência.

Embora as empresas sejam a base primária do relacionamento - isto é, a interface mais imediata e localizada com as pessoas e instituições, a base concreta de ação/discurso -, nas outras esferas que se distanciam dos territórios específicos, o discurso evolui para níveis cada vez mais simbólicos. Ou seja, enquanto as empresas lidam com a mineração na sua dinâmica mais concreta, ao passar a essas outras esferas, trata-se de lidar com uma “ideia de mineração” na qual a interface direta se dilui. Essa idealização também pode se dar em várias camadas e níveis, alimentando o imaginário social sobre a mineração e construindo uma doutrina que vai sendo potencializada e ecoada por porta-vozes institucionais como ICMM, IBRAM e DPI.

Notamos a construção de uma narrativa que, em larga medida, dá forma a uma dinâmica social dos territórios onde as empresas atuam. É uma narrativa que tenta legitimar os seus atores, em nome da indústria e/ou do desenvolvimento sustentável, para que sejam reconhecidos como parceiros confiáveis na construção, desenvolvimento e implantação de políticas públicas, junto aos governos e diversos grupos de interesse regionais, nacionais e transnacionais. É desta forma que o discurso de uma “mineração do futuro” começa a ser delineado, como uma remodelagem desta indústria que, em seus altos e baixos, agora se apresenta com nova força e em novos termos.

Na esfera global da indústria da mineração são gestados, portanto, os discursos setoriais mais gerais que selecionam e organizam elementos abstratos comuns, fornecendo a carga simbólica e os contornos para referenciar a produção de sentido que se dá na base territorial da ação. Este movimento, entretanto, não é determinístico. Antes, dialoga com os acontecimentos, conflitos e embates discursivos do cotidiano dos territórios, ou seja, há um sentido que se produz na interação entre as esferas local e global, mutuamente alimentados. Assim, o enquadramento fornecido pelos discursos orientadores gerais e globais referencia-se na prática territorial local, direcionada a um campo de interpretação possível e desejável.

A potência do discurso da indústria da mineração está em relação direta com este movimento, ao propor um *framing* que possa ser tomado como um todo coerente. Em tese, portanto, é fácil reconhecermos que as diretrizes e as formulações discursivas mais gerais sobre a mineração, emanadas do próprio setor, são incorporadas no discurso e na ação cotidiana de cada empresa em particular, ou seja, a composição desse discurso geral toma a forma de uma “doutrina da boa mineração”, algo que se evidenciará mais adiante. Entretanto,

nem sempre é simples apontar as evidências particulares em termos textuais, já que isso não é verificável apenas por possíveis menções ou citações.

O discurso que cada entidade imprime em suas apresentações e em documentos públicos, bem como em suas campanhas de propaganda, podem eventualmente trazer referências menos ou mais diretas às formulações de políticas globais. O que importa é que os discursos particulares também lançam mão de apelos mais genéricos que, se tomados em conjunto, estão conectados com os discursos mais amplos, formando unidade coerente. Neste nível, verificam-se tendências, ordens de discurso e apelos comuns e até um estilo discursivo. Estas formas mais sutis são compostas de maneira a moldar e propor elementos para o imaginário, ou seja, para influenciar e guiar as representações acerca da indústria da mineração.

D'Almeida (2011) identifica duas tendências na retórica atual da comunicação organizacional, que se interrelacionam: a conformação do discurso do bem comum e a orientação voltada à prestação de contas. Para a autora: "A missão produtiva se torna vocação (...), como se a troca comercial precisasse passar pelo não comercial e afirmar um engajamento com valores da vida, seja ela física (discurso ambiental) ou social (solidariedade, missão de serviço público) (D'ALMEIDA, 2011, p.145). E, uma vez que a sociedade se torna cada vez mais cética em relação a esse discurso do bem comum, as organizações precisam rever não apenas o conteúdo e a forma do que dizem mas oferecer provas e garantias que corroborem o que é dito. Para isso, costumam se associar a instituições e/ou grupos externos que possam dar credibilidade ao discurso e influenciar no clima de opinião sobre as pautas de seu interesse:

Nessa retórica, a ordem cívica e a ordem comercial se unem como que por milagre em comunicações institucionais em pleno desenvolvimento, dominadas pela temática do bem comum. Tal união de opositos se manifesta em um marketing social cada vez mais sofisticado, no qual a empresa não avança sozinha mas sim em parceria com uma instituição ou um grupo acima de qualquer suspeita. (ALMEIDA, 2011, p. 146)

Em uma reflexão sobre público como espaço social criado pela circulação reflexiva do discurso, Warner (2002) defende que os textos públicos nunca se limitam apenas às partes diretamente referenciadas mas também abordam os possíveis espectadores, no endereçamento discursivo. Eles tentam caracterizar o campo da possível interação, fomentando quadros de sentido que possam compor o imaginário social sobre determinado aspecto da realidade - o

que, no estudo em tela, pode ser percebido nas representações que os atores analisados trazem sobre a indústria da mineração.

Nenhum texto sozinho pode criar um público. Nem uma única voz, um único gênero ou mesmo um único meio. Todos são insuficientes para criar o tipo de reflexividade que chamamos de público, já que um público é entendido como um espaço permanente de encontro para o discurso. Não são os próprios textos que criam públicos, mas a concatenação de textos ao longo do tempo. Apenas quando pode-se supor um discurso previamente existente e um discurso de resposta postulado, pode um texto abordar um público. Entre o discurso que vem antes e o discurso que vem depois, é preciso postular algum tipo de ligação. E a ligação tem um caráter social; não é mera consecutividade no tempo, mas um contexto de interação<sup>13</sup>. (WARNER, 2002, p.62. Tradução nossa)

No contexto da mineração, os principais elementos discursivos são facilmente reconhecíveis à primeira vista: uma indústria comprometida com a sustentabilidade ambiental, com a responsabilidade social, com os princípios dos direitos humanos e com o desenvolvimento econômico. Isso pode ser percebido na carta do IBRAM (2019, s/p) quando afirma que “A indústria da mineração brasileira dará inequívoca contribuição (...), numa demonstração clara de senso de responsabilidade social e zelo pela sustentabilidade de suas operações” ou na apresentação do DPI (2018, s/p), quando se imputa a seguinte questão: “Como a mineração pode se associar a outros setores e aos principais *stakeholders* para ser o catalisador do desenvolvimento sustentável regional no Brasil?”.

Entretanto, para além dos apelos mais evidentes, sobressaem ideias-força como os apelos ao desenvolvimento, à tecnologia, ao estilo de vida contemporâneo, à geração e compartilhamento de valor, à empregabilidade etc., todas elas voltadas para uma noção civilizatória da qual essa indústria se faz portadora. Uma passagem emblemática sobre tal aspecto pode ser percebido no enxerto trazido pelo DPI, que segue:

A mineração produz aquilo que faz o mundo funcionar – se não o cultivamos, o extraímos. Ela movimenta aproximadamente 45% da atividade econômica mundial mensurada e, no nosso mundo moderno, os produtos que extraímos são a base do estilo de vida que mantemos. Sem a mineração, não poderíamos sustentar o crescimento da população, nosso padrão de vida ou nossos avanços tecnológicos. Como um dos setores industriais mais importantes do mundo, nós da indústria

<sup>13</sup> No single text can create a public. Nor can a single voice, a single genre, or even a single medium. All are insufficient to create the kind of reflexivity that we call a public, since a public is understood to be an ongoing space of encounter for discourse. It is not texts themselves that create publics, but the concatenation of texts through time. Only when a previously existing discourse can be supposed, and a responding discourse be postulated, can a text address a public. Between the discourse that comes before and the discourse that comes after, one must postulate some kind of link. And the link has a social character; it is not mere consecutiveness in time, but a context of interaction (WARNER, 2002, p.62).

minerária temos o poder de contribuir para a sociedade por gerações, para o apetite do mundo por matéria prima para construção de infraestrutura, geração de energia e criação de produtos que cresce mais rapidamente do que a população. (DPI, 2018, p.2)

O ICMM e o DPI assumem um discurso doutrinário no cenário mundial da mineração, na medida em que fornecem princípios e diretrizes que agenciam e devem pautar a ação de outros atores institucionais que representam o setor (e que se veem por eles representados) – global, nacional e/ou regionalmente:

os compromissos dos membros do ICMM oferecem uma plataforma legítima a partir da qual a indústria da mineração pode promover os princípios e tornar-se parte do processo de projeção de políticas. Eles também abrem a porta para as ações específicas com as quais as empresas metalúrgicas e de mineração podem marcar a diferença. (ICMM, 2019, sp)

Observemos que, no caso dos 10 princípios do ICMM, ao lado de princípios e compromissos mais vagos, há outros com maior força impositiva e mais objetivos, como a pauta do relacionamento com os povos indígenas: "As empresas membro têm a obrigação de aderir a essas declarações, incorporando-as nas suas práticas operacionais." "Espera-se que os membros apliquem os compromissos desta declaração de posição antes de maio de 2015" (ICMM, 2019, sp).

Sobre a abrangência do tema (no caso do clima, exemplarmente), um eixo agregador de discursos e práticas, como potencial para envolvimento de diversos atores que o setor considera importantes, podemos destacar o trecho: "o tema da mudança do clima tem o potencial de tornar-se um tópico definatório para o ICMM e seus membros nos olhos do público externo crítico, incluindo governos, a indústria, a sociedade civil e a mídia" (ICMM, 2019, sp).

Ainda no texto, podemos perceber a proposta de formação de uma ordem de discurso a partir de temas específicos (no caso, ancorada na ideia de sustentabilidade), como em: "a noção de desenvolvimento sustentável está associada à competitividade contínua das empresas e deve envolver governos, indústria, sociedade civil e mídia - são os elementos que vão dar ordem ao discurso" (ICMM, 2019, sp).

Alguns aspectos que ressaltam, no geral, desse conjunto discursivo são: (a) a aposta na boa governança – na qual os problemas e conflitos são tomados como desafios à governança das empresas mineradoras, que podem ser resolvidos racionalmente pela gestão adequada e pela positividade dos princípios propostos, como a transparência; (b) um reiterado discurso de parceria e colaboração, tendo o setor da mineração como centro das iniciativas – onde se

pode ver claramente um discurso de protagonismo; (c) a difusão da ideia de que os públicos e os demais atores institucionais não podem ser cooperativos se não possuem uma visão correta acerca da atividade minerária, qual seja, a que interessa ao setor.

A vocação doutrinária fica ainda mais evidente ao tomarmos os 10 princípios propostos pelo ICMM, em seu conjunto. Através da intertextualidade manifesta nos documentos, podemos ver como as *initiatives* (como GRI - Global Reporting Initiative, Alliance for Water Stewardship, EITI - Extractive Industries Transparency Initiative), e os princípios emanados de organismos multilaterais - como agências da ONU - Organização das Nações Unidas, Banco Mundial, OIT - Organização Internacional do Trabalho, OMC - Organização Mundial do Comércio -, bem como diversas organizações que se apresentam como da sociedade civil no papel de *think tanks*, vão formando um *corpus* doutrinário e modelando uma ordem de discurso autorreferenciado.

No caso do DPI, percebemos que sua vocação doutrinária lhe é auto-imputada como consequência de seu reconhecimento como espaço neutro (e inclusivo) de discussões de interesse social e, portanto, mais legítimo e válido na arena do debate democrático, na busca por soluções que precisam ser criadas coletivamente:

Não podemos mais operar de maneira isolada – os desafios que nós e as nossas partes interessadas (stakeholders) encaramos são grandes demais para serem resolvidos por uma empresa ou um setor de modo isolado. É por isso que acreditamos que a criação de um fórum neutro de múltiplas partes interessadas (multi-stakeholders) para discutir questões da mineração que complemente as estruturas industriais e governamentais existentes é tão importante. (DPI, 2018, p.3)

O DPI reconhece um abalo na confiança do setor, que é preciso restaurar: "restaurar nossas relações e, conseqüentemente, restabelecer a credibilidade e a confiança da sociedade de que essa indústria reúne plenas condições de oferecer mais segurança e processos produtivos mais sustentáveis" (DPI, 2018, sp). Igualmente, afirma como sendo a essência da atividade minerária "oferecer à sociedade uma gama de recursos minerais que, transformados em produtos, permitem o incremento da qualidade de vida e do desenvolvimento humano".

Já o IBRAM, em sua carta-compromisso, assume seu protagonismo como um ator local e porta-voz da mineração no país:

Estamos comprometidos com uma profunda transformação da indústria da mineração, em nossos processos e técnicas, em nossas relações com as pessoas e com a natureza. Reconhecemos nossa relevância e influência nos contextos em que estamos inseridos, sobretudo nas questões socioeconômicos e ambientais. (IBRAM, 2019, sp)

Na carta-compromisso, a ideia de futuro está alicerçada no reconhecimento de falhas (do passado), para uma "profunda transformação da indústria da mineração, em nossos processos e técnicas, em nossas relações com as pessoas e com a natureza", de "mudar para evoluir" (IBRAM, 2019, sp), caracterizando uma promessa.

Cronin (2018) tributa o conceito de promessa aos estudos de Arendt (2010), para quem vivemos numa teia de relações humanas em que a promessa atua como um limite que estabiliza a imprevisibilidade e a criatividade inerentes à ação humana e às interações sociais. Se cada interação instaura novos processos, a promessa - e também o perdão - são mecanismos fundamentais para balizar a contingencialidade que permeia as relações humanas, permitindo o agir político dos sujeitos.

O remédio para a imprevisibilidade, para a caótica incerteza do futuro, está contido na faculdade de prometer e cumprir promessas. (...) o obrigar-se através de promessas, serve para instaurar no futuro, que é por definição um oceano de incertezas, ilhas de segurança sem as quais nem mesmo a continuidade, sem falar na durabilidade de qualquer espécie, seria possível nas relações entre os homens (Arendt, 2010, p. 295).

É a partir do trabalho de Arendt (2010) sobre a promessa como contrato social que Cronin (2018) desenvolve seu argumento sobre democracia comercial e o impacto das Relações Públicas na cultura democrática contemporânea ao “substituir parcialmente o contrato social convencional por promessas alternativas de representação, voz e agência [respondendo] à necessidade do público de testemunhar a si mesmo reflexivamente como um público<sup>14</sup>” (CRONIN, 2018, p. 23. Tradução nossa). Para a autora, à medida que o contrato social convencional entre os governos e as pessoas comuns se deteriora em formas de déficit democrático, novas formas de contratos (ou promessas) estão sendo estabelecidos entre o mundo comercial das empresas (e marcas) e o público. Na mediação entre uma organização e seus públicos, as RP prometem um espelhamento de democracia, onde as marcas e a reputação das empresas (ou de um setor) têm papel significativo no que denomina como uma democracia comercial.

A autora argumenta que o significado social e político do discurso comercial está se intensificando devido ao seu papel aprimorado na criação de promessas. Nesse novo cenário, argumenta que as RP atuam como "corretores sociais" de promessas, agindo na mediação e

<sup>14</sup> “... it comes to partially displace the conventional social contract with alternative promises of representation, voice, and agency and answers the public’s need to witness itself reflexively as a public (CRONIN, 2018, p.23).

transformação das percepções sociais do contrato entre as empresas, os governos e o público, por meio do que ela denomina como o gerenciamento de verdades:

Enquanto as empresas estão diluindo ou distorcendo a democracia, exercendo forte influência sobre o governo por meio de lobby, estabelecendo padrões regulatórios e tornando-se consultores governamentais, argumento que as empresas estão assumindo simultaneamente o terreno do contrato social, oferecendo representação pública, voz e agência. Os públicos são chamados pelas empresas de "partes interessadas" [*stakeholders*] e as marcas passam a operar como formas vernaculares de democracia (CRONIN, 2018, p. 44. Tradução nossa)<sup>15</sup>.

As promessas comerciais, na perspectiva que aqui adotamos, não apenas mediam a relação entre as organizações e seus públicos (as partes interessadas), mas constituem um novo contrato social, propondo formas de representação pública, voz e agência, em um estado democrático contaminado pela cultura comercial.

A naturalização de um modelo de sociedade voltada para o consumo – e, de algum modo, sustentada pela mineração – está amplamente presente no discurso dos atores estudados. A compra de bens e serviços pelas pessoas é tão fundamentalmente incorporada em suas vidas, tanto de maneiras práticas quanto simbólicas, que as pessoas se entendem através do consumo (CRONIN, 2018) – e o consumo, nos dias atuais, é sustentado pela mineração, conforme o que a indústria discursivamente faz circular.

### Considerações finais

A mineração do futuro – sustentável, socialmente responsável, comprometida ambiental e economicamente – existe enquanto discurso. Não apenas isso, mas enquanto discurso posto em circulação por atores com interesses próprios e muito específicos, comercialmente orientados. Portanto, a proposta de que o setor deve olhar para o futuro e a forma como esse futuro deve ser imaginado pode ser considerada uma promessa que a indústria da mineração propõe. Essa promessa fornece as bases para que atores do setor, governos e públicos se reconheçam reflexivamente, assim se sentindo representados, e ajam (ou não) a partir do agenciamento proposto. O discurso circulante da mineração do futuro adota um quadro de sentidos fundado na linguagem democrática mas vincula esses princípios aos valores e

<sup>15</sup> While corporations are diluting or distorting democracy by exerting strong influence over government through lobbying, setting regulatory standards, and becoming governmental consultants, I argue that corporations are simultaneously taking over the terrain of the social contract by offering the public representation, voice, and agency. Publics are hailed by corporations as ‘stakeholders’ and brands come to operate as vernacular forms of democracy (CRONIN, 2018, p. 44).



objetivos (comerciais) pretendidos pela indústria. Apesar de não escamotear sua orientação estratégica visando certos interesses (desenvolver a atividade mineradora), o compromisso social com o bem comum apresenta-se como o fundamento legitimador para a ação dos atores em análise. Apesar da força argumentativa empregada em alguns textos, percebemos que utilizam amplamente de discursos retóricos, reforçando pontos de vista de seu interesse. Dessa maneira, o discurso da mineração do futuro busca ampliar a influência e o poder do setor minerário sobre os demais atores – o governo e os públicos, conformando as bases de um imaginário em torno da indústria.

Tal ordem de discurso visa uma incidência nas empresas, alimentando os seus discursos como forma de reorganizar (ou reprogramar) o imaginário sobre a mineração e preservar seu poder de influência. Podemos observar o quanto o discurso de uma mineração do futuro tenta conduzir a um certo “apagamento” do passado. A ideia de “nova” significa reconhecer que há uma “velha” mineração, que mostrou-se “inadequada”, forçando uma mudança e uma adaptação a “novas” exigências. Podemos questionar o que seria realmente “novo” neste contexto e a construção de uma narrativa de “futuro”. Há de se notar, também, como a questão da confiança, a noção de “restaurar” a confiança na mineração, atravessa o discurso circulante, evidenciando a perda de legitimidade do setor que, então, precisa construir novas credenciais na arena pública.

Essas operações acontecem principalmente na forma de gestão da reputação – um esforço de conformar discursos em quadros de sentidos, de modo a gerenciar a influência social dos (e sobre os) diversos atores institucionais de interesse. No caso de nosso estudo, interessa-nos compreender como se dá o jogo de influência social na conformação da promessa que se materializa no discurso de uma mineração do futuro– especificamente, a partir do posicionamento dos atores selecionados para análise.

## Referências

- ARENDDT, Hannah. **A condição humana**. 11ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
- CRONIN, Anne M. **Public Relations Capitalism: Promotional Culture, Publics and Commercial Democracy**. Lancaster, UK: Palgrave Macmillan, 2018.
- D’ALMEIDA, Nicole. Opinião pública, comunicação e regulação do mercado. In: KUNSCH, Margarida M.K. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011, p.135-152.

DPI. **O Instituto de Parcerias de Desenvolvimento para Mineração:** uma chamada à ação. Development Partner Institute, Outubro de 2018.

DPI. **Workshop multi-stakeholder:** Sessão catalisadora no Brasil. 18 a 20 de setembro de 2018. Mimeo.

DPI. **About us.** Development Partner Institute, 2019. Disponível em: <http://www.dpimining.org/about-us/>. Acesso: 18/02/2020.

DEETZ, Stanley. **Democracy in an age of corporate colonization:** Developments in communication and the politics of everyday life. Albany, NY: State University of New York Press, 1992.

DRYZEK, John S. Legitimidade e Economia na Democracia Deliberativa. In: COELHO, Vera Schattan P. e NOBRE, Marcos (org). **Participação e Deliberação.** Teoria democrática e experiências institucionais no Brasil contemporâneo. São Paulo, Editora 34: 2004. p.41-62.

HENRIQUES, Márcio S. Visões críticas do poder corporativo: a dinâmica da influência na relação com os públicos. In: MAINIERI, Tiago; MARQUES, Ângela (orgs). **Comunicação e poder organizacional:** enfrentamentos discursivos, políticos e estratégicos [Ebook]. Goiânia: Gráfica UFG, 2018, p. 76-90.

HUMPHREYS, David. **The Remaking of the Mining Industry.** Nova York: Palgrave Macmillan, 2015.

IBRAM. **Carta compromisso do IBRAM perante a sociedade.** Instituto Brasileiro de Mineração: 09/09/2019. Disponível em: <http://portaldamineracao.com.br/ibram/carta-compromisso-do-ibram-perante-sociedade/>. Acesso: 18/02/2020.

MAYHEW, Leon. **The new public:** professional communication and the means of social influence. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

MCGANN, J.; JOHNSON, E. **Comparative think tanks, politics and public policy.** Cheltenham: Edward Elgar, 2005.

OLIVEIRA, Ivone de L; PAULA, **O que é comunicação estratégica nas organizações?** São Paulo: Paulus, 2007.

OLIVEIRA, Ivone de L; SOARES, Ana Thereza N. **Interfaces e Tendências da comunicação no contexto das organizações.** 2ª. Ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac, 2011.

RICH, A. **Think tanks, public policies and politics of expertise.** New York: Cambridge University Press, 2004.

WARNER, Michael. **Publics and Counterpublics.** Public Culture, Volume 14, Número 1, Inverno de 2002, Duke University Press, pp. 49-90.