

Intercâmbio de legitimidade: a apropriação da agenda racial no discurso empresarial ¹

Bruno CARRAMENHA²

FECAP, São Paulo, SP

Resumo

O artigo analisa a formação de entidades associativas empresariais voltadas à promoção da equidade racial a partir de pesquisa qualitativa, baseada em análise documental dos sites da "Iniciativa Empresarial Pela Igualdade Racial" e do "Mover - Movimento pela Equidade Racial". Investiga-se como as entidades estruturam seu discurso institucional e como se dá sua relação discursiva com as associadas, revelando um intercâmbio de legitimidade entre as partes: enquanto as entidades ampliam sua influência ao evidenciar o respaldo de empresas associadas, estas, por sua vez, se beneficiam da associação a pautas socialmente valorizadas.

Palavras-chave

Comunicação organizacional; diversidade, equidade e inclusão; relações públicas; associações empresariais.

Empresas têm se tornado cada vez mais ativas na defesa de interesses junto ao poder público, utilizando diferentes estratégias para ampliar sua influência. Entre essas estratégias, a associação a entidades e coalizões emerge como um mecanismo relevante. Este artigo investiga como essa dinâmica ocorre na agenda de equidade racial, analisando o discurso institucional de duas entidades representativas.

Uma das características das sociedades democráticas é a possibilidade de expressar opiniões e influenciar decisões públicas (Carnielli & Weber, 2023). A atuação articulada para defender interesses coletivos contribui para o aprimoramento de políticas públicas, ao ampliar debates e perspectivas sobre os impactos de ações em pauta.

Quando emerge de movimentos sociais, a articulação se dá na defesa de pleitos que beneficiam a sociedade como um todo, desempenhando papel crucial na promoção

¹Trabalho apresentado na Sessão Temática – Comunicação pública e Comunicação de risco, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Mestre em Comunicação, professor na FECAP, na FAAP e na ESPM. bruno.carramenha@gmail.com

do interesse público (Almeida, 2005). Obviamente, a atuação organizada também pode representar interesses privados, o que é legítimo no processo decisório governamental.

A despeito da crescente demanda por transparência e diálogos qualificados (Patri, 2011) nas relações entre entes públicos e privados, o conceito de *comunicação sistematicamente distorcida* (Carnielli, 2024) oferece elemento relevante para reconhecer quando a atuação de organizações privadas “se desenrola com a aparência de interação consensual para alcançar a adesão (...) à situação de interação e, a partir daí, efetivar objetivos não necessariamente consensuais” (p.74).

Nomear este fenômeno no contexto da busca de entes privados por apoio público a determinados temas permite reconhecer a pressão exercida em benefício apenas dos grupos econômicos, ainda que travestida de pautas de interesses social. O avanço da agenda ASG (Ambiental, Social e Governança), que impulsiona crescente pressão para que empresas reconheçam sua responsabilidade como agentes sociais e políticos é um exemplo de como a perspectiva da iniciativa privada tem ganhado influência nas tomadas de decisão governamentais sobre temas historicamente de baixa atenção das empresas.

No contexto midiaticizado, em que stakeholders estão mais próximos e atentos aos movimentos das organizações, transparência é imperativo para sustentar a credibilidade (Barrichello, 2021), fato que tem feito ganhar fôlego a atuação das Relações Públicas³ nas estratégias organizacionais. Uma vez que o risco de impacto à reputação tornou-se mais evidente, acionistas e investidores vêm despertando para o tema (Mansi, 2021), o que têm feito surgir nas empresas novas formas de atuar pela defesa de seus interesses.

Entre as diversas formas de representação, esta pesquisa foca na associação de empresas a entidades de promoção da agenda de diversidade e inclusão. O foco, entretanto, não está nas estratégias de representação, mas na formação em si dessas entidades. Com uma abordagem qualitativa, baseada em pesquisa exploratória e análise documental da “Iniciativa Empresarial Pela Igualdade Racial” e do “Mover - Movimento pela Equidade Racial” –, intencionamos reconhecer a relação entidades-associadas. Neste artigo, a análise se concentra no texto “Quem Somos” dos sites das instituições.

³ Usamos o entendimento de Oliveira & Lima (2019), na definição de Relações Públicas como “interações que conferem caráter público às organizações (...) A natureza dessas ações pode ser descrita essencialmente como legitimatória, já que é na esfera pública que os atores sociais, incluindo as organizações publicizam suas questões, adquirem visibilidade e ganham reconhecimento social” (p.115).

Natureza de atuação

Ambas as entidades têm CNPJ ativo, registrado como “associação privada”, um grupo que atua na defesa de interesses de classe, representação política, entre outros fins não econômicos (Sebrae, 2022). Para Tupinambá e Ferradeira (2015, p.43), essas instituições nascem da tensão e da divergência “entre o universal e o particular”, e atuam para “conseguir algo em virtude de ao grupo pertencer o maior de seus atrativos” (p.44).

No contexto dos interesses empresariais, Galan (2012) nomeia “associação de classe” as alianças permanentes, e “coalizões” as de caráter temporário. Patri (2011) define “coalizões” as entidades formadas por outras entidades (associações e demais grupos de interesse), cujo benefício se dá a medida em que “dividem custos e multiplicam a influência dos grupos que a formam, unindo seus poderes” (p.142). Ambos os autores, entretanto, reconhecem nesta forma de organização o papel de defesa de interesses dos associados no debate público, operando como um elo entre o setor privado e o governo.

Apesar da mesma natureza jurídica e finalidade, as duas instituições objeto desta pesquisa diferem sobre abordar este item no discurso oficial de seus sites institucionais. Enquanto o Mover - Movimento pela Equidade Racial afirma a característica associativa, ao definir-se como “uma associação sem fins lucrativos que, por meio de conscientização, fomento ao desenvolvimento de carreiras e negócios de pessoas negras, visa promover e acelerar a promoção da equidade racial” (online); a Iniciativa Empresarial Pela Igualdade Racial opta por não se declarar uma associação, mas um “movimento”, curiosamente o termo que nomeia sua congênera analisada: “Somos um movimento originado na sociedade civil e formado por pessoas (...), empresas e instituições comprometidas com a promoção da equidade racial e a superação do racismo em todo ecossistema de negócio” (online).

A despeito da diferença na revelação da natureza jurídica, há um aspecto no discurso de apresentação que é igual em ambas: a escolha por evidenciar em sua autodescrição a relevância de suas associadas. Para Galan (2012), as associações ganham respaldo legitimatório de suas empresas vinculadas - quanto mais poderosas as associadas, mais influente a entidade será. O autor recomenda dar ampla visibilidade às empresas que integram a entidade, divulgando “empregos gerados, investimentos,

comprometimento com o país etc., (...) fatores que, se multiplicados por todas as associadas, formam a massa crítica capaz de gerar maior poder de influência” (p. 57-58)

No texto de apresentação da Iniciativa, a entidade destaca que “representa mais de R\$ 1,3 trilhão em faturamento, mais de 800 mil pessoas diretas, 4 milhões de pessoas indiretas e alcance global” (online). O Mover, por sua vez, se define pela junção de “mais de 50 empresas que (...) totalizam mais de 1,3 milhão de colaboradores” (online).

É perceptível como ambas as entidades se amparam na soma de expertise e recursos das associadas para defender sua relevância e legitimidade. Para Lima e Souza (2021), estes elementos são essenciais no sucesso de uma entidade, pois favorecem que elas trabalhem pela adesão pública às suas causas, no caso das entidades pesquisadas, a promoção da equidade racial e inclusão nas empresas.

Intercâmbio de legitimidade

Uma vez que a atuação das associações tem forte apelo comunicacional, já que se dá pela publicização e ganho de visibilidade a uma agenda própria (Patri, 2011; Galan, 2012; Lima & Souza, 2021), a *associação efetiva* de uma empresa a uma entidade que trabalha pautas de interesse social oferece benefício subjetivo de uma rápida *associação simbólica* ao tema em questão. Isso porque, mesmo que não dedique grande esforço para a manutenção da entidade, a empresa associada pode, individualmente, publicizar sua vinculação e, assim, responder a uma demanda social ou pressão da opinião pública por atuação em determinada temática.

No caso das entidades objeto de nossa pesquisa, sua pauta de defesa é a promoção da equidade racial, tema que tem ganhado crescente expectativa e pressão popular a partir do fortalecimento dos movimentos sociais e da crescente pressão popular para que as organizações reconheçam sua responsabilidade como agente social e político, origem da formação da pauta ASG no contexto organizacional (Mansi, 2021). Assim, as empresas têm buscado diferentes formas de atender a esta demanda – ou, pelo menos de demonstrarem-se atentas a ela (Lobato & Neiva, 2022).

Observamos, então, uma dinâmica de intercâmbio de legitimidade que se estabelece entre as entidades associativas e as empresas que as formam já que, ainda que a vinculação se dê como uma das possíveis estratégias adotadas pelas

empresas para estabelecer relações efetivas com instâncias governamentais (Galan, 2012; Patri, 2011), as empresas também estão buscando uma legitimação pelo vínculo simbólico a determinada pauta. Em contrapartida, as entidades associativas estão apropriando-se de um respaldo legitimatório vindo das associadas, fato que contribui para seu prestígio.

Referências

ALMEIDA, Patrícia Reis de. **A gestão da comunicação na sociedade da informação: o caso de uma agência reguladora**. 2005. 172 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Escola de Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005.

BARICHELO, Eugênia M. R. Comunicação Públicas e Institucional. In. CARDOSO, Anita (Org.) **50 anos de histórias das RP em MG e ES**. Gulliver: Divinópolis, 2021.

CARNIELLI, Fiorenza Zandonade; WEBER, Maria Helena. A trama acontecimental feita de disputas políticas e comunicacionais. **Anais do 32º Encontro Anual da Compós - Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. São Paulo: USP, 2023.

CARNIELLI, Fiorenza Zandonade. Diálogo e distorção sobre as tragédias de Mariana e Brumadinho: a comunicação estratégica das organizações responsáveis. **Organicom**, São Paulo, Brasil, v. 21, n. 45, p. 70–88, 2024.

GALAN, Gilberto. **Relações Governamentais & Lobby**. São Paulo: Aberje, 2012.

LIMA, Ana Flávia Martins; SOUZA, Aline Gonçalves. A coalizão de defesa na regulação dos Negócios de Impacto no Brasil: um estudo de caso sobre a Enimpecto. **Encontro Brasileiro de Administração Pública**. Brasília, 2021.

LOBATO, José Augusto Mendes; NEIVA, Rodrigo Cesar Severino. Organizações, discursos e práticas em sustentabilidade: um estudo da comunicação ESG em relatórios corporativos. **Organicom**, São Paulo, Brasil, v. 19, n. 39, p. 71–86, 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/200808>. Acesso em: 20 mar. 2025.

MANSI, Viviane. Tendências do Mercado de Comunicação nos próximos anos. In. CARDOSO, Anita (Org.) **50 anos de história das RP em MG e ES**. Gulliver: Divinópolis, 2021.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; LIMA, Fábria Pereira. **Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional**. 1. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2019.

PATRI, Eduardo Carlos Ricardo. Relações governamentais, *lobby* e *advocacy* no contexto de *public affairs*. **Organicom**, v. 8, n. 14, p. 129-144, 2011.

SEBRAE. **Associação é estratégia de fortalecimento**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/associacao-e-estrategia-de-fortalecimento>. Acesso em: 2 mar. 2025.

TUPINAMBÁ, C.; FERRADEIRA, M. As principais questões relacionadas às Associações de Empregados: uma análise atual e crítica. **Revista Eletrônica de Direito Processual**, v. 15, n. 15, 24 jun. 2015.