

A mídia como stakeholder: um estudo sobre sua influência em cadeias de suprimento afetadas pela crise climática no Rio Grande do Sul

Jean Pierre Gröss de Brito¹, Letícia Ribeiro Wanner¹, Ana Paula Alves^{1*}
Orientador(a)*

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - Campus Rolante. Rolante, RS

Em maio de 2024, a maior tragédia climática assolou o Rio Grande do Sul. Intensificadas pelas mudanças climáticas, as enchentes causaram destruição em massa e prejuízos bilionários. Documentado em tempo real por veículos jornalísticos, esse evento climático extremo causou severos impactos em cadeias de suprimentos gaúchas, bloqueando operações logísticas, destruindo infraestruturas e expondo a fragilidade humana e operacional diante das perdas. Nesse contexto, a mídia possui atuação essencial na criação de narrativas acerca dos fatos, embora não seja frequentemente associada como um ator nas cadeias. Em muitos casos, a mídia é considerada um “não-stakeholder”. Diante disso, o objetivo da pesquisa é analisar a influência da mídia como stakeholder acerca dos impactos das cadeias de suprimentos atingidas pelas enchentes de maio de 2024 no Rio Grande do Sul. Para tanto, a pesquisa tem abordagem qualitativa. Dessa forma, realizou-se a coleta de 299 reportagens publicadas online de veículos de imprensa nacional e regional entre 02/05/2024 e 25/01/2025, selecionadas a partir de palavras-chave, tais como “cadeias de suprimento” e “crise climática”. A análise de dados foi fundamentada na análise temática de conteúdo seguindo instruções de Bardin (2011). Resultados mostram que, inicialmente, a cobertura das enchentes focou no tempo de resposta às emergências para auxílio das pessoas atingidas, contando com a mobilização popular. No dia 3 de maio, a mídia já alterou o foco do discurso e afirmava que o evento climático extremo seria uma “tragédia anunciada” por causa dos alertas de alto risco emitidos e ignorados, o que abriu espaço para discutir a atribuição de responsabilidade do negligenciamento socioambiental acerca do caso. Nas cadeias de suprimento, a “tragédia anunciada” poderia ter impacto minimizado nas operações dos seus elos. A mídia expôs a vulnerabilidade tanto de pequenas empresas, das quais 85% não possuíam seguro, quanto de grandes corporações como Gerdau e Tramontina, forçadas a paralisar atividades. Ao mesmo tempo em que noticiava as ações de solidariedade, a cobertura questionava a proporcionalidade dessas iniciativas e pressionava por um compromisso corporativo mais robusto, focado em medidas preventivas e investimentos a longo prazo. Discursos de líderes empresariais, como o de Luciana Wozzik (Arezzo), que corroborou a tese de que a catástrofe “poderia ter sido evitada”, reforçaram a cobrança por responsabilidade e a necessidade de um “caminho de médio a longo prazo para continuar”. Dessa forma, evidencia-se que a mídia consolidou-se como um stakeholder crucial, construindo uma narrativa para investigar culpados, exercer pressão sobre o setor privado e o governo e para adotar respostas mais efetivas. Sugere-se que pesquisas futuras investiguem a atuação de gestores de empresas afetadas diante do que foi veiculado pela mídia para reestruturação das cadeias. Esta pesquisa está alinhada aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.

Palavras-chave: Eventos climáticos extremos; Cadeias de suprimento; Mídia.