



ADRIANA PENIDO

BIBLIOTECA DA (R)ESISTÊNCIA, INSTALAÇÃO (MADEIRA, METAL, LIVROS, LAMA, FIO DE NYLON), 2019.
DETALHE.

DESASTRE EM MARIANA E CAMPANHA INSTITUCIONAL DA SAMARCO: UMA ANÁLISE DISCURSIVA

JULIENE SILVA VILELA*

RESUMO O desastre em Mariana, ocorrido em 2015, causou diversos danos socioambientais e materiais que ainda se perpetuam. Partindo de uma abordagem interdisciplinar, este trabalho apresenta uma análise discursiva da campanha institucional realizada pela mineradora Samarco, intitulada “É sempre bom olhar para todos os lados”. Tal campanha foi composta por vídeos que apresentavam depoimentos de atingidos e funcionários da Samarco, contendo relatos sobre os aspectos positivos da atuação da empresa. Nesta pesquisa, temos como foco os depoimentos realizados pelos atingidos, analisando-os sob a perspectiva do Modelo de Análise do Discurso. As análises realizadas permitiram constatar que os depoimentos apresentados foram selecionados visando defender a Samarco de acusações relativas às falhas no suporte aos atingidos e reconstruir a imagem positiva da mineradora.

PALAVRAS-CHAVE desastre; Samarco; análise do discurso.

DISASTER IN MARIANA AND SAMARCO'S INSTITUTIONAL CAMPAIGN: A DISCURSIVE ANALYSIS

ABSTRACT The “Mariana Dam Disaster” in November 2015 caused several environmental, social, and material damages, which are still in course. Based on an interdisciplinary approach, this work presents a discursive analysis of the institutional campaign carried out by the mining company Samarco, months after this disaster, entitled “É sempre bom olhar para todos os lados” (It is always good to look at all sides). The campaign comprised videos and graphs presenting testimonies of people who were affected and Samarco employees, containing reports on the positive aspects of the company's performance in the region affected. In this research, we focus on the videos that present the testimonies of the people affected, analyzing them from the perspective of the Discourse Analysis Model, considering the context of ore-dependence present in this region.

KEYWORDS disaster; Samarco; discourse analysis.

* Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

1. Introdução

O Desastre em Mariana, ocorrido em novembro de 2015, causou mortes, gerou intensos impactos ambientais, deixou centenas de pessoas desabrigadas e provocou diversos danos não mensuráveis e não indenizáveis às comunidades atingidas: adoecimento da população, impactos socioculturais, ruptura da rotina local, quebra de laços de amizade e afinidade. Duas comunidades pertencentes a distritos de Mariana (MG) foram completamente destruídas pelo rejeito de minério de ferro que vazou da Barragem de Fundão: Bento Rodrigues, pertencente ao distrito de Santa Rita Durão, e Paracatu de Baixo, pertencente ao distrito de Monsenhor Horta. Outras comunidades, situadas ao longo de Minas Gerais e do Espírito Santo, também foram atingidas. Entre elas estão os povos indígenas Krenak e as comunidades remanescentes do Quilombo de Santa Efigênia, em Mariana, que tiveram seus modos de vida afetados pela contaminação do Rio Doce (ALMG, 2016).

À época de sua ocorrência, o desastre foi amplamente divulgado pela mídia nacional e internacional, comprometendo a imagem institucional da mineradora Samarco, empresa responsável pela barragem. Diante da grave crise instaurada, meses após o rompimento, a Samarco lançou uma campanha institucional, que recebeu o título “É sempre bom olhar para todos os lados” e que utilizava o *slogan* “Fazer o que deve ser feito. Esse é o nosso compromisso. Samarco”. A campanha foi composta por uma série de vídeos e de peças gráficas que apresentavam trechos de depoimentos de funcionários da mineradora e de atingidos pelo rompimento da barragem, além de legendas que detalhavam e comentavam as informações apresentadas nos depoimentos.

Em fevereiro de 2016, um dos vídeos da campanha foi veiculado durante o intervalo do Jornal Nacional, da Rede Globo, gerando uma série de denúncias de espectadores ao Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR). Após a veiculação do vídeo, o conselho recebeu 166 denúncias de consumidores contra a publicidade institucional da Samarco. As denúncias alegavam que “o anúncio é inadequado por

lançar mão de testemunhais dos funcionários da mineradora, o que acabaria velando a verdadeira responsabilidade sobre a catástrofe e constringendo aqueles trabalhadores” (CONAR, 2016). Os consumidores contestaram também a veracidade do *slogan* “Fazer o que deve ser feito. Esse é o nosso compromisso”, afirmando que “a empresa estaria recorrendo das multas e não estaria tomando providências visando reparar os danos ao meio ambiente e aos moradores das localidades atingidas” (CONAR, 2016).

Diante das denúncias recebidas, o CONAR abriu um processo para averiguar a veracidade das informações apresentadas no vídeo e solicitou à Samarco esclarecimentos de algumas informações divulgadas pela mineradora. O relator do processo, Paulo Chueiri, decidiu pela alteração do *slogan* utilizado na campanha, afirmando que o texto “denotaria um ‘ato heroico’ da empresa, na tentativa de neutralizar todos os aspectos negativos do acidente, o que não exprime a realidade” (CONAR, 2016).

Neste trabalho, adotamos como *corpus* os depoimentos dos atingidos pelo rompimento da barragem, contidos em três dos vídeos da campanha, considerando o contexto de produção desses discursos. Esta pesquisa origina-se de parte uma dissertação de mestrado, desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais (POSLIN/UFMG) e que apresenta um estudo mais aprofundado sobre o tema. A relevância social desta pesquisa justifica-se por sua busca em investigar as estratégias de comunicação adotadas por uma grande empresa em face de um grande desastre socioambiental brasileiro: ocasião em que a empresa responsável apresentou um discurso que foi alvo de críticas e processos, tanto por conter uma mensagem considerada não compatível com a realidade quanto pela tentativa de amenizar a gravidade dos fatos ocorridos. Esse tipo de discussão é fundamental no atual contexto brasileiro, em que grandes grupos de poder, grandes corporações e a mídia buscam manipular a opinião pública, mesmo que de forma velada.

Para realização do estudo, adotamos como principal referencial teórico-metodológico o Modelo de Análise Modular do Discurso (MAM), abordagem que atende a necessidade de um estudo interdisciplinar sobre a campanha e que se mostra como um eficiente instrumento de descrição da complexidade discursiva de nosso *corpus*. Também recorreremos a autores de diferentes abordagens da Análise do Discurso, que trazem importantes reflexões à nossa pesquisa, como Fiorin (2009; 2015) e Orlandi (2007). Para realização da análise do contexto envolvido no Desastre em

Mariana, embasamo-nos em estudos realizados por pesquisadores de diferentes campos do conhecimento, como relatórios do Grupo de pesquisa Política, Economia, Mineração, Ambiente e Sociedade (PoEMAS), da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) (POEMAS, 2015), obras das autoras Zhouri (2018), Pinho (1990) e Fontoura *et al.* (2019), além de trabalhos que tratam de temas como sustentabilidade, responsabilidade social e comunicação institucional.

Exposto o panorama de nossa pesquisa, a seguir apresentamos brevemente o Modelo de Análise Modular do Discurso e percurso de análise adotado.

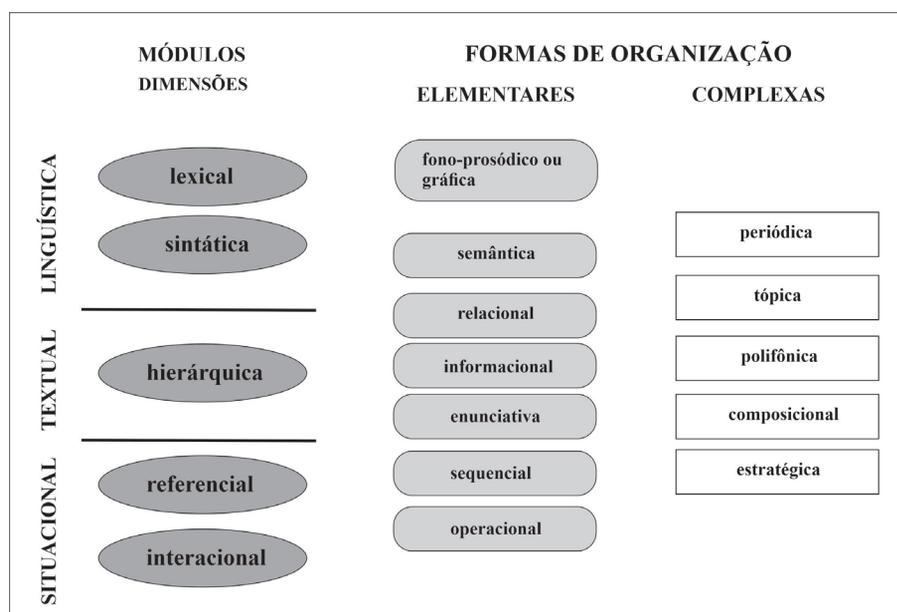
2. Modelo de Análise Modular do Discurso

O Modelo de Análise Modular do Discurso (MAM) é uma perspectiva de análise proposta por Eddy Roulet e sua equipe de pesquisadores da Universidade de Genebra. Esse modelo se insere na corrente interacionista dos estudos da linguagem, diferenciando-se, assim, das demais abordagens da Análise do Discurso. Na concepção do MAM, foram tomados como referência estudos de diferentes áreas, como a Linguística, a Análise da Conversação, a Pragmática, a Sociolinguística, a Sociologia e a Psicologia. Essa postura integradora do Modelo Modular manifesta sua capacidade de propor um diálogo interdisciplinar entre pesquisas e contribuições de diferentes pesquisadores, tornando-o um efetivo instrumento de descrição e explicação da complexidade discursiva (CUNHA, 2014, p. 27).

Para o MAM, o discurso é o resultado da combinação de informações das dimensões linguística, textual e situacional. A dimensão situacional está relacionada ao universo de referência e à situação de interação; a dimensão linguística, relacionada à sintaxe e ao léxico das variedades de línguas usadas; a dimensão textual, relacionada à estrutura hierárquica do texto (ROULET; FILLIETTAZ; GROBET, 2001, p. 44). Cada uma dessas três dimensões do discurso é constituída de subsistemas independentes, denominados “módulos”, que fornecem informações simples que são combinadas com informações extraídas de “formas de organização elementares” e, posteriormente, descritas nas “formas de organização complexas”¹, como esquematizo na Figura 1.

¹ Em vista dos objetivos deste trabalho, não detalhamos cada um dos módulos e das formas de organização que compõem o modelo. Para mais detalhes sobre o MAM, indicamos a leitura de Roulet, Fillietaz e Grobet (2001).

Figura 1- Arquitetura do Modelo Modular do Discurso



Fonte: adaptado de Roulet, Fillietaz e Grobet (2001, p. 51, tradução nossa)

Para realização das análises, empregamos o módulo referencial, que possibilita o estudo do quadro acional da campanha. O quadro acional, que é um dos cinco instrumentos de análise adotados no estudo do módulo referencial, permite a descrição e o esclarecimento de uma interação verbal específica (ROULET; FILLIETTAZ; GROBET, 2001, p. 111); no caso de nossa pesquisa, a descrição e a compreensão do contexto discursivo da campanha.

O quadro acional é formado por quatro parâmetros para descrição das configurações de ação e que são interdependentes: os *enjeux*² comuns, as ações participativas, as posições acionais e os complexos motivacionais (ROULET; FILLIETTAZ; GROBET, 2001, p. 112). Os *enjeux* comuns estão relacionados à finalidade da interação, estruturando o engajamento ou a associação momentânea dos participantes da interação. Como explicado por Cunha (2016b, p. 42), na identificação dos *enjeux* comuns da interação deve-se responder à pergunta “estamos aqui para fazer o quê?”.

Por sua vez, as ações participativas correspondem àquelas realizadas por cada uma das instâncias envolvidas na interação. Essas ações se complementam, garantindo o alcance da finalidade comum da interação. Como postulado modelo, “embora os

² “Os *enjeux* comuns se referem à finalidade compartilhada pelos agentes, em torno da qual eles estruturaram seu engajamento ou associação momentânea” (CUNHA, 2014, p. 214). Os *enjeux*, portanto, designam a finalidade de uma determinada interação.

participantes compartilhem uma representação do que fazem juntos, eles têm responsabilidades diferentes pelo *enjeux* e perseguem objetivos individuais que raramente se sobrepõem” (ROULET; FILLIETTAZ; GROBET, 2001, p. 114).

As posições acionais se referem à representação das identidades assumidas pelos agentes da interação e que legitimam suas ações. As posições dos agentes em uma determinada interação se manifestam no *status* social de cada um deles, nos papéis praxiológicos que se ligam às suas ações participativas e aos seus complexos motivacionais e nas faces e nos territórios envolvidos na construção da imagem de cada participante da interação. A noção de face, proposta pelo Modelo Modular, está relacionada à imagem que o locutor reivindica para si, enquanto o território refere-se aos direitos exigidos por cada indivíduo e à defesa de seus direitos. Os complexos motivacionais são os motivos que levam os agentes a participarem de determinada interação, isto é, as razões de seu envolvimento na interação (ROULET; FILLIETTAZ; GROBET, 2001, p. 117).

No item a seguir, detalhamos cada um desses aspectos, de acordo com o contexto de produção da campanha “É sempre bom olhar para todos os lados”. Complementando a análise, apresentamos alguns dos trechos que compõem os vídeos da campanha, investigando como eles contribuem para que a Samarco se defenda de acusações e reconstrua sua imagem positiva perante a opinião pública.

3. Análise do corpus

Partindo para a análise do *corpus* estudado, consideramos relevante esclarecer, preliminarmente, alguns aspectos relacionados ao gênero discursivo do qual fazem parte os vídeos analisados: a propaganda institucional. Para Filliettaz (1999, p. 231), as propriedades de determinados gêneros influenciam os tipos de sequências dominantes nos discursos, como no caso do discurso publicitário, que teria uma predominância de sequências deliberativas, isto é, discursos em que não é possível identificar a presença de uma história, nem a descrição de algum objeto.

De forma geral, a propaganda institucional tem como propósito “preencher as necessidades legítimas da empresa, aquelas diferentes de vender um produto ou serviço” (PINHO, 1990, p. 23), apresentando aspectos relacionados à história e à produção da

³ Um *stakeholder* é um “grupo ou indivíduo que pode afetar ou ver-se afetado pelas atividades da empresa” (FREEMAN, 1984 apud GAVIRIA, 2015, p. 141). Os *stakeholders* de uma mineradora são diversos: acionistas, clientes, comunidades, empregados, fornecedores, governo, ONGs, imprensa.

As *posições acionais*, descritas no quadro, referem-se à representação das identidades assumidas pelos agentes na interação e que legitimam suas ações. Do nosso ponto de vista, duas instâncias estão envolvidas na interação da campanha: a instância de produção do discurso, isto é, a mineradora responsável pela barragem rompida (Samarco), e a instância de recepção, que são os *stakeholders*³ da mineradora.

Sobre os *papéis praxiológicos* assumidos na interação, consideramos que a instância produtora, ao apresentar as ações realizadas, assume um papel de informador. Ao mesmo tempo, essa instância assume o papel de avaliado, tendo em vista que, ao apresentar as ações realizadas, a mineradora concorda tacitamente com a avaliação por parte daqueles que assistem aos vídeos da campanha. Por seu lado, a instância receptora assume os papéis praxiológicos de informado e de avaliador, uma vez que esses *stakeholders* são comunicados sobre as ações de reparação de danos realizadas pela mineradora, ao passo que avaliam se essas informações podem ser consideradas verdadeiras e se a empresa tem realizado um trabalho efetivo.

Sobre as *faces*, consideramos que a instância de produção busca construir para si a imagem de uma empresa compromissada com a reparação e a mitigação dos impactos causados pelo rompimento da barragem, visando preservar ou reconstruir sua face positiva perante seus *stakeholders*. Para a construção dessa imagem, a empresa deve corresponder (ou pelo menos transparecer) ao perfil que seus *stakeholders* esperam. Por sua vez, a instância receptora (*stakeholders*) espera que a mineradora apresente um conjunto de ações que corresponda aos padrões esperados de uma empresa socialmente responsável.

A instância de produção, Samarco, busca ainda defender seu *território*, por meio da reserva de informações e do controle do acesso a determinados dados sobre a empresa. Na campanha, a Samarco não deseja mostrar os aspectos negativos de sua atuação no suporte aos atingidos, nem sua culpa pelo desastre ocorrido. Para isso, a empresa seleciona determinados depoimentos para compor os vídeos, evitando aqueles que contenham críticas ou que possam incriminar a mineradora.

Consideramos que os *enjeux* (finalidades compartilhadas pelos participantes da interação) são os de informação e convencimento. É com a finalidade de prestar e obter informações sobre as ações de mitigação de danos realizadas pela mineradora que as instâncias envolvidas momentaneamente se unem. As instâncias também se

unem com a finalidade de convencer (mineradora) e ser convencido ou não pelos argumentos apresentados (*stakeholders*). Embora cada uma das instâncias possua seus complexos motivacionais, isto é, suas razões específicas para agir na interação, elas são momentaneamente guiadas por essas finalidades de informação e convencimento.

As *ações participativas* referem-se às ações particulares realizadas por cada uma das instâncias envolvidas na interação, que se complementam e garantem o alcance das finalidades comuns. Essas ações estão relacionadas aos objetivos individuais dos participantes da interação, tendo cada um deles responsabilidades diferentes pelos *enjeux* (finalidades).

Como demonstrado no quadro acional, consideramos as *ações participativas* da mineradora: divulgar os vídeos que compõem a campanha e apresentar “provas” de que as ações de reparo estão sendo realizadas. Por meio dos vídeos divulgados, a Samarco busca esclarecer aspectos relativos a indenizações, assessorias e demais obrigações impostas pelo Ministério Público e outros órgãos governamentais, além de refutar as notícias negativas veiculadas pela imprensa sobre o ocorrido. Para isso, a empresa exibiu em seus vídeos alguns trechos de depoimentos realizados por atingidos, propositalmente selecionados, já que vários cortes de edição podem ser identificados.

Sobre as *ações participativas* realizadas pelos *stakeholders*, consideramos: comentar as ações realizadas pela mineradora, consentindo com a utilização dos depoimentos gravados em vídeos da empresa (atingidos que participam dos vídeos); assistir aos vídeos publicados pela mineradora; concordar ou discordar das informações apresentadas nos vídeos; denunciar as irregularidades da campanha ao CONAR.

Após a publicação dos vídeos pela mineradora, os *stakeholders* realizaram as ações participativas de assistir aos vídeos, concordar ou discordar do conteúdo e denunciar a propaganda ao CONAR. Essas ações participativas dos *stakeholders* estão diretamente relacionadas às ações participativas da mineradora.

Os *complexos motivacionais* especificam as razões de agir de cada uma das instâncias envolvidas na interação. Essas motivações estão diretamente ligadas aos *enjeux* de informação e convencimento que são compartilhados pelos agentes envolvidos. Assim, apontamos como razões de agir da mineradora ao veicular a campanha: a necessidade de se defender de acusações sobre falhas relativas ao suporte aos atingidos, contestando as notícias divulgadas pela imprensa; reconstruir sua reputação positiva;

4 Segundo o pesquisador e consultor canadense Ian Thomson, é “uma espécie de aprovação da comunidade em relação às operações de uma determinada empresa” (THOMSON, 2014 *apud* GAVIRIA, 2015, p. 138). Esse termo faz analogia à chamada “licença ambiental”, que é uma autorização concedida pelos órgãos ambientais às mineradoras para que realizem suas atividades extrativistas. Ao buscar obter a licença social – que é informal e não prevista em lei –, a empresa tem como um de seus objetivos evitar ameaças à sua reputação e à sua imagem organizacional e, conseqüentemente, evitar riscos econômicos e a inviabilidade de seus projetos.

manter sua licença social para operar ⁴. Essas razões de agir estão diretamente ligadas ao contexto de crise de imagem enfrentado pela empresa e à necessidade de (re)construção de uma imagem organizacional positiva, que contribui para a manutenção de suas operações e a obtenção de lucro.

Sobre o consideramos: a dependência econômica da atividade minerária por parte da população de Mariana (MG) e região; o interesse por informações sobre as ações de reparação dos danos causados pela mineradora; a avaliação das ações realizadas pela empresa, que fundamentam a desaprovção ou o apoio às operações da mineradora.

A dependência econômica enfrentada pela população e pelo poder público das regiões atingidas contribui para que muitos indivíduos adotem um discurso pró-mineração (favorável à atividade extrativista) ou que se silenciem, já que debates sobre aspectos negativos da mineração costumam gerar desconforto na população. “Isso se deve a dois aspectos principais: o papel da mineração como indutor de desenvolvimento e progresso no imaginário da população, e a dependência da cidade em relação à mineração para arrecadação pública e geração de empregos” (WANDERLEY; GONÇALVES, MILANEZ, 2016, p. 33).

Fontoura *et al.* (2019) destacam que as empresas de mineração, para realização de suas atividades extrativistas, incorporam a natureza, as pessoas, os agentes governamentais e os membros da sociedade civil como engrenagens para o funcionamento de sua máquina corporativa. A mineradora – que é dependente dos recursos naturais e das pessoas para sua existência, operação e lucratividade – inverte sua posição de dependência, criando a imagem de comunidades, regiões e Estados totalmente dependentes dos interesses e da atuação da mineradora (FONTOURA *et al.*, 2019, p. 23-24).

Além desse apagamento de sua posição de dependência, as mineradoras buscam, de forma menos evidente para os mais leigos, perpetuar a pobreza e a desigualdade nas regiões mineradas, retroalimentando e assegurando a relação de dependência por parte das comunidades: a pobreza facilita a instalação das mineradoras e a aceitação de seus impactos nessas regiões, enquanto as operações dessas indústrias extrativistas dificultam o desenvolvimento de outras atividades econômicas (ZONTA; TROCATE, 2016, p. 27).

As demais motivações dos *stakeholders* estão relacionadas à avaliação que esses públicos fazem das ações realizadas pela mineradora, aprovando-as ou não. Essa

avaliação positiva ou negativa pode impactar a imagem institucional da empresa e conseqüentemente, a manutenção de sua licença social para operar.

Ainda sobre o contexto de produção da campanha, cabe destacar a relação de poder e dependência existente e que se manifesta em diversas formas de silenciamento e domínio. O silêncio da população local sobre os aspectos negativos da mineração e da atuação da Samarco aponta para o grande poder exercido pela empresa na região, motivado tanto pela minério-dependência regional quanto pelo considerável espaço de poder ocupado pelas corporações em uma sociedade capitalista.

Os silenciamentos operados pelo discurso manifestam uma relação de poder. Os discursos que circulam no espaço social são submetidos à ordem do poder, não são todos equivalentes. Os usos linguísticos podem ser o espaço da pertença, mas também da exclusão, da separação e até da eliminação do outro. Por isso, a língua não é um instrumento neutro de comunicação, mas é atravessada pela política, pelo poder, pelos poderes (FIORIN, 2009, p. 164).

Assim, os discursos empresariais são muitas vezes colocados em destaque, em detrimento dos discursos das minorias atingidas, que são muitas vezes silenciadas. Embora muitos movimentos sociais busquem denunciar as práticas exploratórias das mineradoras, a maioria de suas iniciativas e denúncias não são divulgadas pela mídia, enquanto as empresas, detentoras de grande poder econômico, veiculam propagandas e informes em canais de comunicação de grande abrangência, utilizando-se de recortes das narrativas das próprias vítimas do crime socioambiental. A relação entre mineradora e atingidos é marcada por uma relação de poder assimétrica (ZHOURI, 2018, p. 39), em que os discursos não são equivalentes e os grupos mais vulneráveis, muitas vezes, são excluídos.

Vale também destacar que os depoimentos que compõem os vídeos da campanha foram gravados por profissionais que prestavam serviço à Samarco, uma grande corporação, que possui elevado poder econômico e social sobre essas populações subalternizadas. Os atingidos poderiam se sentir constrangidos ao realizar críticas à empresa, já que, após perder todos seus bens, os moradores se tornaram ainda mais dependentes das decisões, das iniciativas e dos recursos financeiros da empresa que realiza a entrevista. A mineradora causadora dos danos é a responsável por prover novas moradias e indenizações às famílias vitimadas, configurando uma relação desigual de poder, em

que o indivíduo subalternizado se vê ainda mais dependente das decisões da empresa.

Apresentado o quadro acional de produção da campanha, a seguir, expomos as análises de alguns trechos que compõem os vídeos analisados, que complementam e sustentam as análises até aqui apresentadas.

Inicialmente, consideramos fundamental a análise do título da campanha, “É sempre bom olhar para todos os lados”, que sinaliza as motivações da empresa de se defender de acusações e de reconstruir sua reputação positiva, buscando convencer os *stakeholders* sobre a necessidade de se considerar não apenas o “lado” dos atingidos, mas também o “lado” da mineradora. Para alcance de seus objetivos, a empresa lança mão de depoimentos não apenas dos atingidos, mas também de funcionários.

A ideia de que o lado da empresa também precisa ser reconhecido é sustentada por argumentos que buscam demonstrar a importância da mineradora para a população e para o desenvolvimento dos municípios em que ela atua, principalmente no setor econômico. Além da dependência econômica dos municípios devida aos repasses da CFEM (Compensação Financeira pela Exploração de Recursos Naturais), um dos principais argumentos apresentados pelas mineradoras à população para justificar sua instalação nos municípios minerados refere-se ao benefício de geração de empregos nessas regiões. Assim como em outros contextos que envolvem os impactos da mineração, a geração de empregos serve como uma espécie de barganha: a mineradora gera impactos, mas também gera empregos diretos e indiretos.

Importante observar aqui que, além do grande sofrimento social gerado pelo rompimento da barragem e dos seus danos materiais, as populações atingidas se veem ameaçadas pelo fim das operações da Samarco, fonte de emprego da população e de recursos econômicos do município. Nesse contexto, o poder econômico exercido pela empresa passa a ser, então, uma espécie de mecanismo de dominação e controle.

Ao apresentar as ações de compensação realizadas após o desastre, a empresa também reforça a ideia que seu lado deveria ser considerado, já que ela estaria cumprindo seu compromisso de fazer o que deveria ser feito naquela ocasião. Em outras palavras, os *stakeholders* também deveriam considerar o “lado” da empresa, que estaria empenhada em atender os atingidos prontamente e de forma humanitária. Posicionando-se dessa maneira, a empresa se coloca no mesmo nível dos atingidos, como injustiçada, retirando dos grupos minoritários o direito de reclamar, criticar e questionar a atuação

da mineradora. Essa falsa simetria proposta pela mineradora desconsidera as relações de poderes simbólicos, ideológicos, socioeconômicos e midiáticos existentes, excluindo, mais uma vez, o grupo mais vulnerável: os atingidos.

Por sua vez, o *slogan* “Fazer o que deve ser feito. Esse é o nosso compromisso. Samarco.”, que é apresentado no encerramento dos vídeos que compõem o corpus, tem a função de sintetizar as informações apresentadas nos vídeos, isto é, apresentar a ideia central dos depoimentos e legendas: de que a Samarco apresenta um conjunto de ações correspondentes ao que é esperado de uma empresa socialmente responsável. A empresa, assim, defende sua face.

Ao exibir depoimentos supostamente favoráveis e elogiosos à mineradora, os vídeos podem servir como “provas” de que os atingidos não estão desamparados ou insatisfeitos, deslegitimando os movimentos sociais que criticam a atuação da empresa. Como observado por Orlandi (2007, p. 73) “a política do silêncio se define pelo fato de que ao dizer algo apagamos necessariamente outros sentidos possíveis, mas indesejáveis, em uma situação discursiva dada”, isto é, ao elogiar a atuação da empresa, o atingido deixa de apontar as falhas da mineradora, dada a situação discursiva. Ao mesmo tempo, a fala desse indivíduo atingido é tomada como a fala de todos os grupos vitimados, “como os processos discursivos se realizam necessariamente pelo sujeito, mas não têm sua origem no sujeito [...], ao falar o sujeito se divide: as suas palavras são também as palavras dos outros” (ORLANDI, 2007, p. 77).

O primeiro vídeo que compõe nosso *corpus*, intitulado “Ações humanitárias da Samarco – Famílias impactadas pelo acidente em Mariana estão acomodadas em casas” (AÇÕES, 2016b), é introduzido pelas legendas ⁵.

S: (01) Ações *humanitárias* da Samarco - (02) Famílias *impactadas* pelo acidente em Mariana estão acomodadas em casas.

S: (03) Mariana - Minas Gerais - 03 de dezembro de 2015.

S: (04) Maria Aparecida - Moradora de Área *Impactada*.

A análise do *corpus* permite verificar que parte dos vídeos da campanha possui em seu título a expressão “ações humanitárias da Samarco”, como no trecho acima. Esse termo confere à mineradora uma imagem de agente benfeitor, solidário com a população atingida, além de reforçar a relação hierárquica de poder existente, em que

5 Siglas para identificação dos autores dos textos: S: Samarco (legendas do vídeo); A: atingido; F: funcionário da Samarco. Cortes de edição existentes nos vídeos são sinalizados pelo símbolo “/.../”. Marcação de atos: o Modelo Modular propõe a segmentação do texto em atos, que são representados por sua numeração entre parênteses (XX). O ato é a unidade textual mínima, que constitui a menor unidade delimitada por uma e outra passagem da memória discursiva (CUNHA, 2015, p. 645). As transcrições completas, bem como a segmentação em atos, podem ser consultadas em Vilela (2020, p. 186-190).

os atingidos estariam em um nível inferior, dependentes das ações da empresa. Essa seria uma inferência semântica, “pois o que se conclui está fundamentado no sentido de palavras e expressões linguísticas” (FIORIN, 2015, p. 36). A expressão “ações humanitárias” é geralmente empregado para designar ações de assistência, de cunho filantrópico, que têm por objetivo garantir a defesa de direitos humanos básicos para grupos fragilizados. A imagem de agente benfeitor pode despertar afeição no espectador do vídeo ou mesmo gerar sua identificação com a empresa, que, assim como a população, solidariza-se com a situação dos desabrigados.

Como apontado por Pinho (1990, p. 127), grandes empresas utilizam-se das mensagens institucionais para estabelecer sua legitimidade perante a sociedade, demonstrando sentimentos, “que servem para as multinacionais demonstrarem que têm coração, contribuindo assim para sua legitimação pelo toque de humanidade que emprestam à organização” (PINHO, 1990, p. 127). Apesar de apresentadas como “ações humanitárias”, as ações realizadas pela mineradora Samarco não foram voluntárias, mas impostas legalmente como medidas de reparação dos danos causados. Essa imposição legal não fica evidente no vídeo, podendo levar o espectador menos informado sobre o tema a acreditar que se trata de ações de responsabilidade social da empresa.

Por sua vez, na legenda seguinte, “(02) Famílias impactadas pelo *acidente* em Mariana estão acomodadas em casas”, identifica-se o uso do termo “acidente”, que possui carga semântica menos pejorativa em relação a outros termos como “crime” ou “desastre”. A empresa opta pela utilização do termo “acidente”, apesar de ter sido formalmente responsabilizada por diversos *crimes* socioambientais (MPF, 2016), o que aponta uma tentativa da mineradora de amenizar os fatos ocorridos. O termo “acidente” refere-se a uma situação casual, fortuita, imprevista e não passível de ser controlada; seu emprego pode levar o espectador a concluir que o rompimento da barragem foi uma fatalidade ou uma situação que não poderia ser evitada pela empresa, que deveria ser eximida de sua responsabilidade pelo ocorrido.

[...] desde 2015 ela [a Samarco] tem se furtado a assumir suas responsabilidades com a sociedade e reparar os danos causados. Manifestando seu poder e desafiando os limites das sociedades nas quais estão inseridas, as empresas mineradoras transferem tanto no curto quanto no médio e longo prazos os custos incalculáveis de suas ações para a sociedade, negando-se a assumir suas responsabilidades (FONTOURA *et al.*, 2019, p. 20).

Definindo o rompimento da barragem como um “acidente”, a mineradora busca preservar sua face, esquivando-se da imagem de empresa culpada e buscando construir uma imagem de empresa socialmente responsável e solidária.

Ainda sobre a seleção das palavras empregadas no vídeo, destacamos a legenda em que a moradora é apresentada: “(04) Maria Aparecida - Moradora de área *impactada*”. O termo “impactada/o” é empregado pela Samarco também em documentos oficiais, como os termos de ajustamento de conduta assinados após o rompimento da barragem. Sem nos aprofundar em aspectos técnicos e antropológicos do termo, é inevitável que, diante de um desastre socioambiental de tal magnitude, seja questionado o emprego do termo “impactada” em detrimento de outros termos, como “atingida” ou “vítima”, que possuem uma carga semântica mais pejorativa. Do ponto de vista de Zhouri: “com o rompimento da barragem, aqueles que já eram afetados pela operação do complexo minerário sofreram perdas de vida e a deterioração de sua saúde, além do comprometimento permanente da sua territorialidade. De *afetados* passaram a *vítimas*” (ZHOURI, 2018, p. 39). Compartilhando do ponto de vista da pesquisadora, entendemos que, ao referir-se à moradora como “impactada”, a Samarco busca atenuar os fatos ocorridos, de forma a proteger sua face.

O segundo vídeo analisado, que recebe o título “Ações humanitárias Samarco – Alunos retornaram às aulas uma semana após o acidente” (AÇÕES, 2016a), apresenta, em determinado trecho, o depoimento da diretora de escola municipal de Bento Rodrigues, como reproduzido a seguir:

A: (35) E eu acho que é isso assim (36) que tá amenizando muito, muito mesmo, nosso sofrimento, (37) é esse lado humano da empresa. (38) Que a gente está se tornando amigos dos funcionários, representantes que nos procuram em casa, nos procura na escola, (39) e a gente vê assim que ela é uma empresa formada por humanos, pessoas humanas, muito humanas mesmo. (40) E eu não tenho o que reclamar mesmo.

Nesse trecho, a diretora demonstra acreditar que a empresa Samarco possui um “lado humano” e que é formada por pessoas “humanas”, “muito humanas mesmo”, isto é, que a empresa está realmente empenhada no atendimento aos atingidos e que é sinceramente preocupada com o bem-estar social. O conceito de *empresa humanizada* vai ao encontro da perspectiva da responsabilidade social empresarial, associadas ao compromisso da organização com a sociedade, indo além da geração de empregos,

impostos e lucros. Apesar do discurso de humanização e responsabilidade social empregado pela mineradora, o que se vê na prática é a não valorização do ser humano enquanto tal, mas apenas a percepção dos grupos subalternizados como fontes de lucratividade (principalmente no caso dos funcionários) ou como “barreiras” ao desenvolvimento, que devem ser rompidas (no caso das populações atingidas).

Embora a empresa seja descrita no vídeo como humanizada e socialmente responsável, o histórico do rompimento da barragem aponta falhas da mineradora no que concerne à segurança da população antes e após o rompimento da barragem: não instalação de alertas sonoros de emergência na região, ausência de pessoal treinado para assessorar a comunidade no momento do rompimento da barragem, estadia inadequada para os desabrigados, interrupção do abastecimento de água potável nas regiões atingidas. Como apontado no relatório do grupo PoEMAS,

As medidas fundamentais e urgentes para a garantia dos direitos humanos das comunidades impactadas só foram tomadas após solicitação da equipe de resgate, pressão popular e intercessão judicial, embora a empresa as divulgue como ações assistenciais e voluntárias em sua página na internet (POEMAS, 2015, p. 70-71).

Em outro vídeo, intitulado “Novos postos de trabalho são oferecidos aos moradores de comunidades impactadas” (NOVOS, 2016), são apresentados depoimentos de diferentes atingidos e funcionários da Samarco, entre eles, o depoimento de Sandra, comerciante e moradora da comunidade de Bento Rodrigues:

S: (17) Sandra, famosa por suas coxinhas em Bento, também voltou a produzir.

(18) Sandra Quintão – Comerciante

A: (19) Lá em Bento minha coxinha era famosa. (20) Aí vim pra aqui agora, (21) recomeço. (22) Aí virei Sandra das coxinhas, agora. /.../

A: (23) A Samarco está junto. (24) Ela providenciou a barraca pra mim, (25) que eu pedi. (26) Está providenciando um ponto comercial pra mim, uma pequena lanchonete, (27) até sair a Nova Bento, (28) se Deus quiser. (29) Mas tá junto.

Sandra foi uma das entrevistadas na reportagem especial exibida pelo Portal EBC em 2015. Durante a reportagem, visivelmente abalada, Sandra é filmada fabricando as coxinhas na cozinha do hotel em que ficou abrigada e demonstra tristeza e revolta pela destruição da comunidade, de seu restaurante e de seus objetos de valor sentimental (EBC, 2015).

Meses após a exibição da reportagem do Portal EBC, Sandra foi apresentada como uma das atingidas atendidas pelas ações de reparação de danos da Samarco. No início de seu depoimento, a atingida relata brevemente seu processo de mudança: em Bento Rodrigues, Sandra era referência na fabricação de coxinhas e possuía um restaurante; após o rompimento da barragem, a atingida foi transferida para a Sede de Mariana, onde passou a vender coxinhas e ser conhecida pela população local como “Sandra das Coxinhas”. A atingida se refere ao processo como um “recomeço”, já que seu restaurante havia sido destruído pela lama e sua principal fonte de renda perdida.

Após um corte de edição, outro trecho do depoimento de Sandra é exibido no vídeo. Nele, Sandra afirma que a Samarco estaria junto da população atingida, oferecendo o suporte necessário, e apresenta argumentos que demonstrariam as ações positivas da mineradora. Em seguida, Sandra realiza uma manobra discursiva com a utilização do conector “mas”, que pode demonstrar a opinião da atingida de que, embora as ações realizadas não sejam suficientes, a empresa “estaria junto”, isto é, estaria buscando atender às necessidades dos atingidos.

O posicionamento de Sandra pode ter diferentes motivações, sendo uma delas a situação de dependência e receio vivida pela comerciante, que após perder todos seus bens, vê-se ainda mais dependente da mineradora para reaver seus meios de subsistência. A moradora depende dos recursos da empresa que a entrevista, portanto, essa atingida poderia sentir constrangida em criticar as ações da empresa durante a filmagem. Assim, o depoimento de Sandra sinaliza, mais uma vez, a relação desigual de poder existente entre atingidos e mineradora, na qual

[...] os agentes envolvidos ocupam posições assimétricas, em que uma distribuição desigual dos capitais econômico, político e simbólico lhes define o poder de ação e de enunciação. Os conflitos ambientais surgem dos distintos modos de apropriação técnica, econômica, social e cultural do mundo material (ZHOURI, 2018, p. 39).

A exibição de depoimento da atingida, que outrora reclamava da empresa, contribui para o silenciamento das comunidades atingidas: as pessoas que reclamavam agora “voltam atrás” no que foi dito, passando a elogiar a empresa. O depoimento passa a servir, então, como uma espécie de contraprova, que atende à motivação da empresa de se defender de acusações relativas a falhas no suporte aos atingidos.

4. Considerações conclusivas

De forma geral, este estudo permitiu identificar que a veiculação da campanha “É sempre bom olhar para todos os lados” foi motivada pela necessidade da Samarco em defender-se de críticas, que vinham sendo publicadas pela mídia, e pela busca da mineradora em reconstruir sua reputação positiva e manter sua licença social para operar. Para isso, a empresa optou pela divulgação da campanha, que apresentaria “provas” de que as ações de reparação estariam sendo devidamente realizadas pela empresa, buscando a preservação de sua face (imagem pública), a construção da imagem de uma empresa socialmente responsável e, conseqüentemente, garantir a manutenção de suas atividades extrativistas e sua lucratividade.

A mineradora, ao exibir os depoimentos dos atingidos, seleciona trechos específicos que apresentam os aspectos positivos da empresa, evitando aqueles que contêm, explicitamente, críticas à sua atuação ou que possam incriminar a mineradora. Em outras palavras, a empresa busca provar estar fazendo o que deve ser feito, ao mesmo tempo que omite informações sobre aquilo que deixou de fazer.

De forma geral, foi possível identificar que as ações de compensação de danos divulgadas pela Samarco funcionaram como instrumentos de marketing institucional para a empresa. Apoiando-se no discurso da “responsabilidade social”, a empresa buscou apresentar suas ações de compensação como iniciativas voluntárias, capazes de despertar afeição naqueles espectadores menos informados sobre as imposições jurídicas realizadas à empresa.

As análises realizadas ao longo deste trabalho permitem a compreensão do intenso contexto de poder e dependência existente na produção da campanha “É sempre bom olhar para todos os lados” e a grande complexidade do Desastre em Mariana: são impactos sociais, ambientais, culturais, psicológicos, econômicos, além de outros que ainda não tomamos conhecimento.

Tendo em vista o alto número de empreendimentos extrativistas instalados no Brasil e seu rico potencial de extração, é urgente que o poder público e toda a sociedade civil discuta sobre a atividade de mineração não apenas em contextos de rompimentos de barragens. Embora os desastres como os ocorridos em Mariana e Brumadinho despertem mais atenção por parte do poder público e da mídia, é importante lembrar

que os empreendimentos minerários, mesmo quando sob controle, causam diversos impactos ambientais e sociais. Daí a importância dos debates sobre os impactos da mineração pelas Universidades, pelo poder público e pela mídia, de forma a oferecer à população mais conhecimento sobre o assunto e possibilidades de defesa de seus direitos.

Referências

AÇÕES humanitárias Samarco – Alunos retornaram às aulas uma semana após o acidente. 3 fev. 2016a. 1 vídeo (2min15) *YouTube*. Publicado pelo canal Samarco Mineração. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JgQIShYzqO8&t=115>. Acesso em: 21 jul. 2021.

AÇÕES humanitárias Samarco – Famílias impactadas pelo acidente em Mariana estão acomodadas em casas. 2 fev. 2016b. 1 vídeo (42s). *YouTube*. Publicado pelo canal Samarco Mineração. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Vem1cmsXaUY>. Acesso em: 21 jul. 2021.

ALMG – Assembleia Legislativa de Minas Gerais. Comissão Extraordinária das Barragens. *Relatório Final*. Belo Horizonte: ALMG, 2016. Disponível em: <https://mediaserver.almg.gov.br/acervo/82/278/1082278.pdf>. Acesso em: 30 maio 2018.

CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária. *Representação nº 036/16 da Sétima Câmara*, maio 2016. Disponível em: <http://www.conar.org.br/processos/detcaso.php?id=4332>. Acesso em: 13 out. 2016.

CUNHA, G. X. *Para entender o funcionamento do discurso: uma abordagem modular da complexidade discursiva*. Curitiba: Appris, 2014.

CUNHA, G. X. Relações de discurso em narrativas jornalísticas: em busca de sistematizações. *Revista Filologia e Linguística Portuguesa*, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 641-673, 2015. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/flp/article/view/100883>. Acesso em: 15 maio 2020.

CUNHA, G. X. A construção de imagens de si no discurso organizacional. In: TOMAZI, M. M; Rocha L. H. P.; Pompeu, J. C. (Org.). *Estudos discursivos em diferentes perspectivas: mídia, sociedade e direito*. São Paulo: Terracota Editora, 2016a. p. 111-126.

CUNHA, G. X. Análise de uma cartilha institucional em uma abordagem modular da complexidade do discurso. *Revista do GEL*, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 31-55, 2016b.

EBC – Empresa Brasil de Comunicação. Caminhos da Reportagem mostra o drama de quem perdeu tudo em Mariana. *EBC*. Brasília, DF, 2015. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/noticias/2015/12/caminhos-da-reportagem-mostra-o-drama-de-quem-perdeu-tudo-em-mariana>. Acesso em: 25 dez. 2019.

FILLIETTAZ, L. L'hétérogénéité compositionnelle Du discours: quelques remarques préliminaires. *Cahiers de linguistique française*, n. 21, p. 213-260, 1999.

FIORIN, J. L. Língua, discurso e política. *Alea*, Rio de Janeiro, v. 11, p. 148-165, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1517-106X2009000100012>. Acesso em: 17 nov. 2019.

FIORIN, J. L. *Argumentação*. São Paulo: Contexto, 2015. 269 p.

FONTOURA, Y. *et al.* “Da lama ao caos”: reflexões sobre a crise ambiental e as relações Estado-empresa-sociedade. *Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, v. 6, n.15, p. 17-41, 2019. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/farol/article/view/5440>. Acesso em: 20 nov. 2019.

GAVIRIA, E. M. A “licença social para operar” na indústria da mineração: uma aproximação a suas apropriações e sentidos. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, v. 17, n. 2, p. 138-154, 2015. Disponível em: <http://rbeur.anpur.org.br/rbeur/article/download/4950/4687>. Acesso em: 6 jan. 2019.

MPF – Ministério Público Federal. Procuradoria da República nos Estados De Minas Gerais e Espírito Santo. Força-Tarefa Rio Doce. *Denúncia – IPL n.fl 1843/2015 SRPF/MG; Autos n.º 38.65.2016.4.01.3822 (Busca e apreensão); Autos n.º 3078-89.2015.4.01.3822 (Medida Cautelar); IPL Polícia Civil-MG 1271-34-2016.4.01.3822; IPL Polícia Civil-MG 1250-24.2016.4.01.3822; Procedimento Investigatório Criminal (PIC) – MPF n.º 1.22.000.003490/2015-78; Procedimento Investigatório Criminal (PIC) MPF n.º 1.22.000.000003/2016-04.0*. Belo Horizonte, out. 2016. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/mg/sala-de-imprensa/docs/denuncia-samarco>. Acesso em: 30 mai. 2018.

NOVOS postos de trabalho são oferecidos aos moradores de comunidades impactadas. 2 maio 2016. 1 vídeo (2min2s). *YouTube*. Publicado pelo canal Samarco Mineração. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IPfL2KegjTo>. Acesso em: 21 jul. 2021.

ORLANDI, E. P. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. Campinas: Editora da UNICAMP, 2007. 181 p.

PINHO, J. B. *Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas*. São Paulo: Summus, 1990. 166 p.

POEMAS. *Antes fosse mais leve a carga: avaliação dos aspectos econômicos, políticos e sociais do desastre da Samarco/Vale/BHP em Mariana (MG)*. Mimeo. 2015.

ROULET, E.; FILLIETTAZ, L.; GROBET, A. *Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours*. Berne: Lang, 2001. 412 p.

SAMARCO MINERAÇÃO. Vídeos da campanha “É sempre bom olhar para todos os lados”. s.d. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/samarcoweb/videos>. Acesso em: 10 out. 2016.

VILELA, Juliene Silva. *É sempre bom olhar para todos os lados: depoimentos dos atingidos pelo Desastre de Mariana-MG e a construção de discurso pró-mineração em campanha da Samarco*. 2020. 197 f. Dissertação (Mestrado em linguística do texto e do discurso) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/33036>. Acesso em: 21 jul. 2021.

WANDERLEY, L. J.; GONÇALVES, R. J. A. F.; MILANEZ, B. Pedras de sangue e choro maculam a vertente: algumas percepções de campo no contexto do desastre da mineração sobre o rio Doce. *Élisée – Revista de Geografia da UEG*, v. 5, p. 30-56, 2016. Disponível em: <http://www.ufjf.br/poemas/files/2016/06/Wanderley-2016-Pedras-de-sangue-e-choro-maculam-a-vertente.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2018.

ZHOURI, A. (Org.). *Mineração, Violências e Resistências: um campo aberto à produção de conhecimento no Brasil*. Marabá, PA/ABA: Editorial iGuana, 2018. Disponível em: http://www.aba.abant.org.br/files/20180308_5aa16473d6197.pdf. Acesso em: 5 set. 2018.

ZONTA, M.; TROCATE, C. (Org.). *Antes fosse mais leve a carga: reflexões sobre o desastre Samarco / Vale / BHP Billiton*. Marabá: Editorial iGuana, 2016. v. 2.