

O documentário como estratégia de legitimação do discurso ESG de organizações com desgaste reputacional

The documentary as a legitimation strategy of the ESG discourse of organizations with reputational wear

El documental como estrategia de legitimación del discurso ESG de organizaciones con desgaste reputacional

Sandra Barroca

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais | sandra_barroca@yahoo.com.br

Ivone de Lourdes Oliveira

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais | ivonepucmg@gmail.com

Resumo: O artigo analisa a divulgação estratégica de ações voltadas aos princípios *environmental, social and governance* (ESG) e desenvolvidas por organizações que tiveram desgaste reputacional em função de crises, como tentativa de reparação de imagem. Busca-se entender se a utilização de documentários para essa divulgação é uma estratégia para a legitimação do discurso, a partir dos contratos de leitura estabelecidos entre organização e espectador. Para ilustrar essa trilha de construção de sentidos, o *corpus* analisado é o documentário *Protetores da Floresta*, produzido pela mineradora Vale, que aborda as ações da organização em proteção à Floresta Nacional de Carajás (PA). Busca-se compreender quais são as intencionalidades na escolha estratégica dessa forma de comunicação na tentativa de reparação da imagem.

Palavras-chave: documentário; ESG; crise; reputação; imagem.

Abstract: The article analyzes the strategic of dissemination of actions aimed at environmental, social and governance (ESG) principles and developed by organizations that have suffered reputation damage due to crises, as an attempt to repair their image. The objective is to understand whether the use of documentaries for this dissemination as a strategy for the legitimation of the discourse, based on the reading contracts established between the organization and the spectator. To illustrate this path of construction of meanings, the corpus analyzed is the documentary *Protetores da Natureza*, produced by the mining company Vale, which addresses the organization's actions in protecting the National Forest of Carajás (PA). We seek to understand what intentions in the strategic choice of this form of communication in an attempt to repair the image.

Keywords: documentary; ESG; crisis; reputation; image.

Resumen: El artículo analiza la difusión estratégica de acciones enfocadas en principios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) y desarrolladas por organizaciones que han sufrido daños reputacionales a causa de las crisis, como un intento de reparar su imagen. El objetivo es comprender si el uso de documentales para esta difusión es una estrategia de legitimación del discurso, a partir de los contratos de lectura establecidos entre la organización y el espectador. Para ilustrar este camino de construcción de sentidos, el corpus analizado es el documental *Protectores de la Selva*, producido por la empresa minera Vale, que aborda las acciones de la organización en la protección de la Selva Nacional de Carajás (PA). Buscamos comprender cuáles son las intenciones en la elección estratégica de esta forma de comunicación en un intento de reparación de la imagen.

Palabras clave: documental; ESG; crisis; reputación; imagen.

Introdução

Questões voltadas a meio ambiente, governança e ações sociais têm despertado a atenção de organizações de variados portes, nos últimos anos. No entanto, a abordagem *environmental, social and governance* (ESG) não é uma novidade, já que desde meados do século XX o assunto era tratado a partir dos conceitos de sustentabilidade e responsabilidade social. No entanto, com os direcionamentos apontados pelos objetivos de desenvolvimento sustentável (ODSs), sugeridos pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 2004, as organizações tomaram conhecimento da aplicação da agenda ESG, ao passo que a sociedade também se informou sobre as diretrizes que devem ser seguidas e executadas para a busca de um mundo mais sustentável e passou a pressionar as organizações para o cumprimento dessas metas.

Levando em conta essa discussão, a comunicação das ações ESG executadas por organizações pode construir um caminho dialógico com a sociedade, na tentativa de buscar uma congruência entre o que as organizações se propõem a executar e o que a sociedade reivindica. Além disso, é importante no sentido de proporcionar uma relação mais próxima com os seus públicos, na busca por uma reputação consolidada, podendo ser vista também como oportunidade para a reparação da imagem de organizações que enfrentaram crises.

A proposta deste artigo é discutir se a mineradora Vale utiliza o documentário *Protetores da Floresta*¹, divulgado em 2020, que aponta as ações ESG executadas pela mineradora na Floresta Nacional de Carajás (PA), como uma forma de legitimação de um discurso de reparação da imagem perante alguns de seus públicos, em função do desgaste sofrido por causa dos rompimentos das barragens de Fundão, em Mariana (MG), e do Córrego do Feijão, em Brumadinho (MG). Espera-se compreender se a estratégia contribui para maior aceitação do discurso da mineradora, e para isso é discutida a utilização do ESG como forma de reparação da imagem e do gênero documentário como estratégia de legitimação do discurso sob a perspectiva dos contratos estabelecidos entre documentarista e espectador.

A metodologia escolhida foi a qualitativa, com uso da análise de conteúdo, sistematizada por Bardin (1977), para compreender o enquadramento dado pela organização na veiculação de suas mensagens a partir do documentário.

A comunicação ESG na construção de sentidos

A sigla ESG foi ouvida pela primeira vez em 2004, numa iniciativa intitulada *Who cares wins: connecting financial markets to changing world*², organizada pela ONU, no âmbito do Pacto Global, na intenção de criar recomendações para que instituições financeiras se integrassem às análises relacionadas a meio ambiente, social e governança das organizações. Dessa forma, as ações ESG passaram a ser consideradas essenciais nas análises de riscos e nas decisões de investimentos, colocando forte pressão sobre o setor empresarial.

As empresas são solicitadas a assumir um papel de liderança ao implementar princípios e políticas ambientais, sociais e de governança corporativa e

¹ O material está disponibilizado na página especial da mineradora Vale sobre a Amazônia e na plataforma YouTube. Foi também transmitido pelos canais de TV por assinatura *Discovery Channel* e *Anima Planet*.

² *Quem se importa ganha: conectando o mercado financeiro na mudança do mundo*, em tradução livre.

fornecer informações e relatórios sobre o desempenho relacionado em um formato mais consistente e padronizado. Elas devem identificar e comunicar os principais desafios e motivadores de valor e priorizar o meio ambiente, questões sociais e de governança em conformidade. Acreditamos que esta informação é mais bem transmitida aos mercados financeiros através dos canais normais de comunicação de relação com o investidor e incentivamos, quando relevante, uma menção explícita no relatório anual das empresas. As empresas devem aceitar tanto resultados positivos como críticos³ (UNITED NATIONS, 2004, p. iii, tradução nossa).

A adoção praticamente global do acrônimo ESG contribuiu para a compreensão das diretrizes que apontam para a possibilidade de se questionar o posicionamento das organizações em relação ao ambiente, à governança e à responsabilidade social, bem como de entender possíveis formas de pressão para alcançar as metas sustentáveis propostas pela ONU. O ESG reconhece a importância do diálogo da organização com a sociedade, levando-a a compreender que suas ações afetam vários grupos sociais, os quais, como parte de todo um contexto, podem exigir e questionar, o que leva à construção de sentidos.

Para o estabelecimento desse diálogo, a utilização de estratégias de comunicação para informar à sociedade o que as organizações alegam estar executando em prol da sustentabilidade é necessária. Embora não exista um critério específico, rígido e sistematizado para a divulgação das ações ESG executadas pelas organizações, Oliveira e Paula (2008, p. 104) já apontavam, anos atrás, que as organizações seriam cada vez mais exigidas a se posicionarem em suas ações, uma vez que a sociedade caminha para uma maior vigilância e um maior monitoramento de seus atos:

As organizações vêm percebendo que suas ações são avaliadas pela sociedade e, por isso mesmo, precisam compreender as escolhas (decisões) tomadas como atos que têm implicações sociais e morais, além de avaliar os riscos que podem provocar. Assim, entender a instância da recepção como parte do processo, lhe assegura a sustentabilidade.

Levando em consideração a maior vigilância social, a divulgação de ações que se alinham aos princípios ESG é uma tentativa de abertura de diálogo com a sociedade, com troca de informações e interpretações de ambos os lados. Esse intercâmbio abre a possibilidade para a construção da reputação das organizações, considerando que a intenção delas é criar uma percepção positiva com seus públicos. Para o caso das que enfrentam um desgaste reputacional em função de crises, há ainda oportunidade de reparação da imagem,

³ No original: “Companies are asked to take a leadership role by implementing environmental, social and corporate governance principles and policies and to provide information and reports on related performance in a more consistent and standardised format. They should identify and communicate key challenges and value drivers and prioritise environmental, social and governance issues accordingly. We believe that this information is best conveyed to financial markets through normal investor relation communication channels and encourage, when relevant, an explicit mention in the annual report of companies. Concerning the outcomes of financial research in this field, companies should accept positive as well as critical results”.

na busca por um reposicionamento positivo perante a sociedade. Para Benoit (2015, p. 47, tradução nossa), os aprendizados relacionados à crise – caracterizados como contexto pós-crise – abrem a possibilidade de construir um discurso focado no futuro. Nesse sentido, o pós-crise é oportunidade de renovação, abrindo caminhos para “a organização considerar o que fazer a seguir, revisando os planos de resposta à crise e refletindo se suas práticas precisam ser modificadas para prevenir ou minimizar crises futuras”⁴.

Benoit (2015) é o autor da *teoria da reparação da imagem*, centrada na percepção da audiência em relação ao discurso. Segundo ele, é importante conhecer e reconhecer as crenças e experiências vivenciadas pelos públicos com o impacto provocado pela organização para perceber as probabilidades de decodificação e interpretação do discurso. Sellnow e Seeger (2013, p. 168, tradução nossa) entendem que essa análise é fundamental para que o discurso de reparação promova aproximação e aceitação, já que “a audiência é a última instância a validar ou invalidar a autenticidade de qualquer imagem que um porta-voz ou organização pretende projetar”⁵.

Analisando a discussão proposta pelos autores, retorna-se à questão da perspectiva relacional da comunicação e da circulação de sentidos, considerando como eles são construídos e disputados para além da perspectiva meramente informacional. Para Oliveira e Paula (2008, p. 104), há a necessidade de se compreender a instância da recepção como parte do processo da circulação de sentidos, pois as ações executadas são percebidas e avaliadas pela sociedade e as decisões tomadas têm implicações sociais e morais: “A partir de seus repertórios interpretativos, a instância receptora das ações organizacionais imprime sentidos que podem ser os não desejados e planejados pela organização, numa ressignificação que foge do controle da gestão”.

Vale destacar, ainda, que França (2006, p. 64) considera o sujeito produtor de discursos como “aquele que constrói a narrativa, que recolhe, costura elementos diversos, orientado a produção de sentidos”. No entanto, a autora entende que a recepção completa esse processo, sendo que o sujeito que recebe a mensagem “reconhece e aplica o código do emissor, mas pode usar códigos alternativos; ele interpreta seleciona, se apropria, enfim, faz uma outra produção a partir do seu lugar”.

Tendo como referência a discussão desenvolvida, investe-se em uma trilha de construção de sentidos a partir da divulgação do documentário *Protetores da Floresta*, produzido pela Vale, e busca-se compreender quais são as intencionalidades na escolha estratégica dessa fora de comunicação que aborda temas completamente distantes das crises vividas anteriormente, com os rompimentos das barragens.

O pós-crise e a reparação da imagem

O conceito de crise é bastante trabalhado por diversos autores, que partem do princípio de que não há uma única definição. Para Forni (2018, p. 413), crise é “uma ruptura

⁴ No original: “The organization considers what to do next, revising crisis response plans and reflecting on whether its practices need to be modified to prevent or minimize future crises”.

⁵ No original: “The audience will ultimately validate or invalidate the authenticity of whatever image a speaker or organization seeks to project”.

da normalidade da organização; uma ameaça real ao negócio, à reputação e ao futuro de uma corporação ou de um governo”. Sellnow e Seeger (2013, p. 6, tradução nossa) consideram que a crise envolve “um afastamento radical do *status quo* e a violação de suposições e expectativas gerais, rompendo o ‘normal’ e limitando a capacidade de antecipar e prever”⁶. Já Coombs (2010, p. 19, tradução nossa) alerta que é importante separar crises de incidentes e que o termo crise deve ser reservado para eventos graves que requerem atenção cuidadosa da administração, com alocação de tempo, atenção e recursos, devido ao potencial de impacto na reputação de uma organização. Nesse sentido, crise é “a percepção de um evento imprevisível que ameaça importantes expectativas das partes interessadas e pode seriamente impactar a performance da organização e gerar resultados negativos”⁷.

A Vale, uma das maiores mineradoras do mundo e a maior produtora mundial de pelotas de minério de ferro e níquel (QUEM SOMOS, 2020), foi protagonista de duas crises na última década. Em novembro de 2015, o rompimento da barragem de Fundão, de propriedade da Samarco⁸, em Mariana (MG), destruiu três vilarejos, matou 19 pessoas e atingiu várias cidades ao longo da bacia do rio Doce, despejando 35 milhões de metros cúbicos de rejeito de minério pelo rio até chegar ao Oceano Atlântico (BARRAGEM..., 2015). Mesmo possuindo 50% de participação acionária, a Vale tentou minimizar os impactos do rompimento em sua imagem institucional, mostrando distanciamento da sua gestão na estrutura da Samarco. O então presidente da Vale, Murilo Ferreira, afirmou que “a Samarco não é parte da Vale. A Samarco é uma empresa independente, com governança própria” (SERRA, 2018, p. 82). Porém, em janeiro de 2019, a barragem B1 da mina do Córrego do Feijão, em Brumadinho (MG), de propriedade da Vale, também se rompe, atingindo o refeitório da mineradora, pousadas, casas, áreas rurais e o rio Paraopeba, matando 270 pessoas (FIÚZA; PIMENTEL, 2021). Com a memória ainda recente do rompimento de Mariana, a reputação da organização não resistiu: houve matérias negativas, opinião pública crítica e queda de 20% nas ações (RIZÉRIO, 2019). Durante as crises, a mineradora executou diversas ações de comunicação para informar sobre as obras de contenção dos danos, possíveis causas do rompimento e impactos na sociedade.

Considerando que é difícil precisar quando uma crise realmente finda, a comunicação pós-crise é, em grande parte, uma extensão da comunicação em resposta à crise, juntamente com o aprendizado relacionado às causas do problema. Benoit (2015, p. 47, tradução nossa) afirma que o pós-crise é uma oportunidade de renovação, abrindo caminhos para “a organização considerar o que fazer a seguir, revisando os planos de resposta à crise e refletir se as suas práticas precisam ser modificadas para prevenir ou minimizar crises futuras”⁹.

Coombs (2010, p. 45, tradução nossa) consideram que renovar as ações, os produtos, a marca, a postura perante a sociedade e o relacionamento com os públicos é uma iniciativa

⁶ No original: “they involve a radical departure from the status quo and a violation of general assumptions and expectations, disrupting the ‘normal’ and limiting the ability to anticipate and predict”.

⁷ No original: “the perception of an unpredictable event that threatens important expectancies of stakeholders and can seriously impact an organization’s performance and generate negative outcomes”.

⁸ Samarco é uma *joint venture* formada por 50% de participação da Vale e 50% da anglo-australiana BHP Billiton.

⁹ No original: “The organization considers what to do next, revising crisis response plans and reflecting on whether its practices need to be modified to prevent or minimize future crises”.

para reparar a reputação e que ultrapassa o momento da crise. “O foco da renovação é o futuro e a reconstrução. Isso pode levar meses ou anos de esforços comunicacionais para reconstruir uma reputação”¹⁰.

Protetores da Floresta foi transmitido em novembro de 2020, pelos canais de TV a cabo *Discovery* e *Animal Planet*; em janeiro de 2021, foi disponibilizado no canal da Vale no YouTube e no site da organização. Diante disso, é possível considerar que a mineradora já se encontrava em um contexto pós-crise, com a imagem e a reputação ainda abalados em função dos rompimentos, mas tentando uma possível reparação, após quase dois anos da data de ocorrência do segundo rompimento. Aqui, busca-se entender a opção da mineradora na utilização do documentário para a promoção e a divulgação das ações executadas, com base nos princípios ESG, e se a escolha dessa estratégia colabora para a possível reparação em uma imagem desgastada.

Documentário: estratégia de comunicação ou contrato de leitura?

O documentário pode ser entendido como uma forma de expressão que pretende mostrar como determinados acontecimentos marcaram a sociedade ou como eles ainda refletem na sociedade atual. Ramos (2008, p. 22) defende que o documentário “é uma narrativa com imagens-câmera que estabelece asserções sobre o mundo, na medida em que haja um espectador que receba essa narrativa como narrativa sobre asserção sobre o mundo”. Mesmo que o documentarista tenha a expectativa de que o receptor absorva toda a mensagem exibida, para Salles (2005, p. 58),

diante desses filmes, realizador e espectador estabelecem um contrato pelo qual concordam que tais pessoas existiram, que disseram tais e tais coisas, que fizeram isso e aquilo. São declarações sobre o mundo histórico, e não sobre o mundo da imaginação. Para que o documentário exista, é fundamental que o espectador não perca a fé nesse contrato.

O autor, que também é cineasta, acredita ser ingênuo acreditar que o documentário é um espelho do mundo, voltado à objetividade e que não se contamina. Essas afirmações são geradas pelo senso comum e por desinformação sobre o fazer do documentário, que exige “um longo processo de montagem, da experiência de escolher lentes, de definir enquadramentos e principalmente do trabalho de descartar, selecionar e inverter horas e horas de material bruto” (SALLES, 2005, p. 59). A intervenção direta do documentarista coloca sua visão sobre o documentado, incluindo intencionalidades e discursos.

Esse contrato, abordado por Salles (2005), considera a fé que cada receptor coloca no documentário a que assiste, a partir de vivências, experiências e formas de absorver, interpretar e interagir com as informações repassadas pela e sobre a organização – ou seja, são “contratos de leitura” (VERÓN, 1985). Para Fausto Neto (2018, p. 21-22), contratos de leitura se voltam “para descrever a construção de vínculos entre produção/recepção, levando-

¹⁰ No original: “Renewal is an example of how reputation repair efforts extend beyond the crisis. The focus of renewal is the future and rebuilding. It could take months or years of communicative efforts to rebuild a reputation”.

se em conta as diferenças que constituem as especificidades destes universos na construção de um trabalho enunciativo, centrado em postulados e de diferenças ou, em desvios, no âmbito da ação comunicacional”. Ainda de acordo com o autor, se, de um lado, há informações ofertadas refletindo o posicionamento das instâncias que o produzem, há, de outro, “heterogeneidades de formas de apropriação que se expressam segundo lógicas de diversas gramáticas que estão situadas no mundo dos atores” (FAUSTO NETO, 2018, p. 23). Apesar disso, ele sugere que poucas organizações se preocupam em avaliar trocas sob a ótica das interações e da intercambialidade, permanecendo preocupadas apenas em resultados imediatos e no reconhecimento das informações vindas da ordem da produção.

O documentário *Protetores da Floresta* indica que há interesse em mostrar, ainda que implicitamente, o discurso das ações da organização para resolver questões como a caça ilegal, o desmatamento e o garimpo irregular. Nesse sentido, Salles (2005, p. 60) corrobora, ao afirmar que “documentários são o produto das empresas e instituições que fazem documentários”. Ele explica que os documentaristas imprimem uma moldura no material, e o documentário em si é o contexto. A moldura implica o que deve ser destacado, guiando assim o espectador às mesmas conclusões apresentadas no vídeo.

Considerando a tentativa de emoldurar o conteúdo do documentário sob o ponto de vista da Vale, a análise de conteúdo a seguir pretende entender como os diálogos estabelecidos no documentário *Protetores da Floresta*, entre apresentadora e entrevistados, bem como as narrações em off, se propõem a conduzir o expectador a uma narrativa que destaca as ações da mineradora alinhadas às propostas ESG, na tentativa de posicioná-la como uma organização que age em consonância com os ODSs.

Análise de conteúdo e enquadramentos: inferências e impressões

A pesquisa desenvolvida está baseada nos parâmetros da análise de conteúdo (BARDIN, 1977). A organização e a sistematização das ideias de aplicação do ESG divulgadas em *Protetores da Floresta* (2020) foram feitas a partir da leitura flutuante, que é o primeiro contato com o texto, quando se tira as impressões imediatas que ele causa. O documentário foi escolhido como *corpus* por ter sido lançado no contexto pós-crise do rompimento de duas barragens de rejeito de minério de propriedade da Vale. O objetivo foi analisar se a organização pretendeu utilizar o documentário como estratégia para se posicionar em busca da reparação da imagem e do resgate reputacional perante seus públicos com a divulgação de ações ESG executadas por ela.

O percurso metodológico foi iniciado com a transcrição de todo o documentário, para que fosse possível identificar os elementos textuais e, posteriormente, codificá-los a partir de três ferramentas: unidade de registro (UR), que corresponde à unidade de significado a ser considerada como base para contagem da repetição de palavras que tentam provocar algum sentido; unidade de contexto (UC), que serve de referência de localização para a UR; e categorização (CAT), que agrega os grupos de elementos comuns que se integram à área de meio ambiente e social dos princípios ESG. A Tabela 1 aponta que o redocumentário analisado conta com 21 URs, localizadas em 10 unidades de contexto divididas em quatro categorias.

Tabela 1. Categorização, unidades de contexto e de registro

(CAT) INF - Informação	(UC) INF 1 - Importância do levantamento de informação para proteção da floresta	(UR) INF 1.1 - Mapeamento de DNA de espécies (UR) INF 1.2 - Cultura regenerativa (UR) INF 1.3 - Espécies corretas para Reflorestamento	
	(UC) INF 2 - Conhecimento dos nativos/funcionários sobre a floresta		
	(UC) INF 3 - Participação ativa no documentário		
gistro(CAT) PSV - Preservação	(UC) PSV 1 - Trabalho de conservação da Amazônia com espécies protegidas ou novas	(UR) PSV 1.1 - Cuidado com os animais apreendidos (UR) PSV 1.2 - Introdução de espécies raras em áreas degradadas (UR) PSV 1.3 - Desenvolvimento de uma metodologia que para recolhimento de mel, sem prejudicar as abelhas	
	(UC) PSV 2 - Importância do trabalho de proteção para a preservação da Amazônia	(UR) PSV 2.1 - Proteção a Amazônia contra atividades predatórias (UR) PSV 2.2 - Conservação e possibilidade de degradação em caso de desproteção (UR) PSV 2.3 - Unidade de conservação em área de afloramento mineral (Raridade) (UR) PSV 2.4 - Proteção da Canga (UR) PSV 2.5 - Fomento de práticas sustentáveis de produção como sistemas agroflorestais	
	(UC) PSV 3 - Importância da Amazônia		
(CAT) EXT - Extrativismo	(UC) EXT 1 - Extrativismo sustentável em unidades de conservação	(UR) EXT 1.1 - Cooperativa de Extrativismo	(UR) EXT 1.1.1 - Sementes de jaborandi e sementes para reflorestamento (UR) EXT 1.1.2 - Cooperativa ajudando os cooperados locais a negociar (UR) EXT 1.1.3 - Voz aos cooperados
		(UR) EXT 1.2 - Boas práticas no processo de extração executado pela cooperativa	
	(UC) EXT 2 - Extrativismo para recuperação de áreas degradadas	(UR) EXT 2.1 - Antagonismo entre conservação e extrativismo	
(CAT) REF - Reflorestamento	(UC) REF 1 - Adensamento florestal em área degradada	(UR) REF 1.1 - Desmatamento de castanheiras para uso madeireiro (UR) REF 1.2 - Trabalho de replantio de castanheiras	
	(UC) REF 2 - Reflorestamento natural	(UR) REF 2.1 - Polinização (UR) REF 2.2 - Anta jardineira	

Fonte: Elaboração das autoras.

Já os trechos a seguir foram retirados do documentário e são relacionados às categorias listadas como fragmentos de mensagens que podem apontar a intenção da Vale em se posicionar como uma parte interessada em solucionar os problemas ambientais causados por outros, bem como mostrar que a companhia segue em direção aos ODSs para investidores que usam os princípios ESG como critério para direcionar seus investimentos.

Tabela 2. Transcrição trechos do documentário *Protetores da Floresta*

Categorias obtidas após leitura flutuante e análise	Trechos do documentário que corroboram os princípios ESG
<p>Informação</p>	<p>Coletar espécies parece um trabalho pequeno, mas são ações como essas que ajudam a salvar a floresta. É a partir da coleta, análise e arquivamento dessas informações que os cientistas e biólogos conseguem decifrar os códigos e ajudar a floresta a continuar viva e em pé.</p> <p>Da próxima vez, eu posso coletar o DNA dessa espécie e sabendo dessa referência, eu dizer que espécie que é. Essa é a base do trabalho. Agora a gente vai navegar bem aqui no rio Paraopeba justamente para coletar água e toda a informação genética que está contida nela. Assim, a gente acaba conhecendo espécies que vivem às margens desse rio.</p> <p>Apreendi que 50 ml de água pode ter muito mais informação que uma biblioteca por exemplo.</p>
<p>Proteção</p>	<p>As unidades de conservação elas foram criadas em torno das áreas de afloramento mineral e a gente vê que é uma estratégia que deu certo porque essa área é uma das últimas áreas conservadas do sudeste do Pará, com certeza a maior com mais de um milhão de hectares e que tem uma representatividade da biodiversidade.</p> <p>Aqui é o Parque Zoológico Vale, ele está inserido dentro de uma unidade de conservação, que é a Floresta Nacional de Carajás. Ele é de extrema importância para a conservação da fauna em cativeiro. Ao longo de 35 anos ele vem contribuindo para a conservação dessas espécies. Aqui nós mantemos um hospital veterinário, tem médico veterinário à disposição dos animais, tem biólogo, tem equipe de tratadores de animais.</p> <p>A gente vai iniciar um patrulhamento de ações preventivas na nossa área de flana, na nossa área da floresta. O pessoal invade nossa área de proteção para matar animais. Questão de garimpagem, aqui na nossa região também encontra muito e o desflorestamento, cortar madeira, para tirar madeira da nossa área da flana, a gente vai procurar vestígios aqui na nossa área para ver se a gente encontra. Tudo isso é crime ambiental. Aí se a gente não está aqui para proteger, daqui uns tempos, o que acontecer na nossa floresta?</p> <p>É preciso também compensar parte do que já foi perdido, ou seja, recuperar os solos esgotados e as áreas degradadas. E por isso é tão importante fomentar práticas sustentáveis de produção, como os sistemas agroflorestais.</p>
<p>Extratativismo</p>	<p>O mosaico de Carajás, ele concilia dois objetivos aparentemente antagônicos que é a exploração mineral com a conservação da natureza. Hoje nós temos 37 famílias que sobrevivem exclusivamente do extrativismo vegetal que hoje é praticado dentro da Floresta Nacional de Carajás.</p> <p>O extrativismo é vida. A gente vive da mata e com a mata. A gente vive em harmonia com ela.</p>

Reflorestamento	<p>A gente está trabalhando para reverter essa situação para que tenha cada vez mais dessas plantas raras, reproduzindo elas, introduzindo nas áreas degradadas, aumentando as populações dessas espécies raras, endêmicas e ameaçadas para ter uma população cada vez maior delas.</p> <p>Cuido dessa área aqui, de plantio, era anteriormente área degradada por pasto. O nosso objetivo não é só plantar muda, é recuperar uma área, então exige dedicação, exige amor, porque é algo que eu preciso manter ao longo de um longo período, então eu preciso me dedicar completamente a isso.</p>
------------------------	--

Fonte: *Protetores da Floresta* (2020)¹¹.

Os trechos destacados em cada uma das categorias visam mostrar como a Vale tenta se aproximar dos princípios ESG. Na categoria informação, por exemplo, durante todo o documentário há uma repetição constante de palavras relacionadas à busca de conhecimento sobre a floresta, como pesquisadores/pesquisa (4 ocorrências), conhecer/conhecimento (24), coleta (13), informar/informações (10), trabalho (34), entre outras. No total, essas palavras, ao lado de outras que trazem o mesmo sentido, somaram 113 ocorrências, em 30 minutos, o que leva a inferir que a Vale quer fortalecer a imagem de protetora da floresta através de um investimento massivo no desenvolvimento de pesquisas e soluções para conhecer, proteger e recuperar o meio ambiente.

Na segunda categoria, relacionada a proteção/preservação da biodiversidade da Amazônia, há ocorrências de palavras positivas relacionadas ao cuidado com a floresta e palavras negativas que apontam o impacto da ação do homem na região. Pode-se inferir que o homem destrói, e a Vale – mesmo não dizendo isso explicitamente – cuida do local para recuperá-lo. Entre as palavras positivas encontradas nesta categoria, destacam-se: conservar/conservação (14 ocorrências), diversidade/biodiversidade (9), espécies (33), natureza (14), vida/viva (9) e proteger (6). Foram, no total, 120 ocorrências de palavras positivas utilizadas dentro da categoria preservação, ao lado de 40 negativas, que elencam, entre outras, ameaçadas (4), caça/caçadores (11), madeireiros (4) e garimpagem (3). Infere-se, com esses resultados, que o documentário da mineradora possui intenção de informar que a ação da Vale em reparar é maior do que a de quem destrói, tornando seus funcionários e parceiros protetores da floresta, como o título do documentário já destaca, em função das iniciativas promovidas pela organização.

A terceira categoria – extrativismo – é a mais delicada. Sabe-se, obviamente, que a Vale tem como principal atividade a extração de minério em várias regiões do mundo, inclusive em Minas Gerais, onde ocorreram os rompimentos, e no Pará, onde o material analisado foi gravado. No entanto, durante o documentário, o extrativismo foi tratado de maneira positiva, como uma das soluções para a proteção da floresta e uma oportunidade para os moradores locais. Logo nos primeiros minutos, um dos entrevistados, o engenheiro agrônomo botânico André Cardoso, diz que “o mosaico de Carajás, ele concilia dois objetivos aparentemente antagônicos que é a exploração mineral com a conservação da natureza”. Porém, durante todo o filme, a questão da exploração mineral não é abordada, havendo apenas a abordagem da sustentabilidade no extrativismo. Entre as palavras listadas nessa

¹¹ Disponível em: <<https://acortar.link/XIO1xp>>. Acesso em: 7 fev. 2022.

categoria, encontramos extrativismo (6), processo (8), manejo (3) e simbiose (1). Importante destacar que a UR “extrativismo” foi utilizada dentro de um contexto positivo em todas as oportunidades, assim como extração, que também foi utilizada em unidades de contexto positivas, em três momentos (extração de DNA das plantas). As URs “relação” e “simbiose” também merecem destaque, pois foram mencionadas pela apresentadora para reforçar positivamente a relação sustentável entre homem e natureza, sem degradação. A inferência que pode ser destacada especificamente nesse trecho é mostrar que a Vale explora, mas repara. Por fim, a UR negativa dessa categoria é “exploração”, citada apenas uma vez, justamente para falar da exploração mineral, atividade-fim da organização.

A última categoria analisada é reflorestamento, que, assim como a categoria proteção, aponta uma lista de URs positivas relacionadas às ações de recuperação executadas na área de conservação ambiental de Carajás, após a ação predatória do homem. Entre elas, destacam-se: recuperar/recuperação (7 ocorrências), plantio (4), amor (8) e dedicar/dedicação (4). No total, foram contabilizadas 43 URs positivas nessa categoria, contra apenas 8 negativas: ameaçadas (4), derrubada (2) e pasto (2).

É importante ressaltar que todas as unidades de registro destacadas em cada uma das categorias foram escolhidas e analisadas a partir das unidades de contexto em que se inserem. Também é válido considerar que há outras observações que caminham para além da análise de conteúdo e que serão abordadas a seguir para fundamentar a questão da utilização do documentário como estratégia de reparação da imagem em um contexto pós-crise. Foram analisados aspectos narrativos do documentário e como ele foi emoldurado de acordo com os interesses da organização em estabelecer um diálogo com o público receptor a partir do que ela quer comunicar. No entanto, entende-se, a partir das considerações de Fausto Neto (2018, p. 21), que “examinar a dinâmica das estratégias da perspectiva isolada de um dos polos aponta muitas consequências, dentre elas a cristalização de pontos de vista que reforçam, dentre outras coisas, a prevalência da perspectiva acional e difusionista”. Por isso, a análise aprofunda também na percepção das intencionalidades da Vale na escolha da forma de produção de *Protetores da Floresta*.

O documentário se aproxima de uma mistura entre diferentes modos de produção de documentários que, para Nichols (2012, p. 62), podem ser enquadrados em expositivo e participativo. O modo expositivo “ênfatisa o comentário verbal e uma lógica argumentativa” e tem a premissa de transmitir informações, utilizando a voz “em off” para criar uma narrativa que possa expor à sociedade determinadas questões sociais. Já o modo participativo “ênfatisa a interação de cineasta e tema”, sendo que a “filmagem acontece em entrevistas ou outras formas de envolvimento ainda mais direto” e conta com a participação ativa para que se mostre a experiência em estar em determinado acontecimento, na tentativa de levar ao espectador uma percepção de vivenciar aquela realidade.

Em linha com as considerações de Nichols (2012), percebe-se que há a participação ativa da médica e atleta Karina Oliani, responsável pela apresentação do documentário, em toda a produção, que revela suas experiências, como cuidar de animais da Amazônia, plantar uma castanheira em meio à floresta e soltar uma coruja reabilitada na natureza. Também é ela quem conduz as entrevistas realizadas com funcionários e parceiros da Vale. Ao mesmo tempo, percebe-se a lógica argumentativa no documentário, pois a voz em off

da apresentadora é o fio condutor de todo trabalho, por meio da qual ela também acrescenta informações que não são comentadas durante as entrevistas.

Considerando que o documentário é uma mistura dos modos participativo e argumentativo, há uma construção das narrativas que conduz a resposta dos entrevistados a partir dos questionamentos feitos pela apresentadora. Há pelo menos dois momentos em que ela faz afirmações em busca de confirmação dos entrevistados. Em um desses pontos, afirma a um engenheiro ambiental da Vale que, “se não fosse esse cuidado, não haveria nem esse restinho de mata”, e logo o engenheiro atesta que, “se não fosse isso, provavelmente isso aqui seria pasto”. Nota-se que as frases de ambos se interconectam e que o primeiro “isso” dito pelo engenheiro se refere ao “cuidado” citado por ela, ficando implícito que o cuidado citado é o que a Vale tem com aquele local de preservação.

Em outro ponto do documentário – quando se explica que animais apreendidos em contrabando são levados a um zoológico construído pela Vale, na reserva de Carajás, para serem cuidados por especialistas e, depois, serem novamente reinseridos à natureza –, ela atesta, enquanto entrevista um biólogo: “Não é que vocês foram no meio da natureza e pegaram um animal livre e trouxeram para a jaula. Vocês estão salvando ou resgatando um animal que talvez não tivesse chance de sobreviver se não fosse aqui”. O biólogo imediatamente complementa: “O zoológico se torna uma segunda chance para eles”. Novamente, o “aqui” da entrevistadora se conecta com a palavra “zoológico”, dita pelo biólogo, inferindo que a atuação da Vale é imprescindível para a sobrevivência dos animais.

É relevante também questionar as razões que levaram a Vale a escolher Karina Oliani como apresentadora. Karina é médica, esportista, produtora de conteúdo sobre natureza e meio ambiente, possui mais de 200 mil seguidores em redes sociais e diversos patrocinadores. Ela fez duas postagens sobre o documentário, quando foi transmitido pelos canais *Discovery* e *Animal Planet*, em novembro de 2020. A escolha da médica não foi uma atitude aleatória da organização, já que ela optou por contratar uma pessoa com interesse voltado ao meio ambiente e à sustentabilidade, em detrimento de profissionais de comunicação, como jornalistas e apresentadores. Isso representa a busca da legitimação da narrativa da Vale como protetora da floresta. A construção da narrativa, o conteúdo abordado e a estratégia comunicacional demonstram ser uma tentativa de reparação da sua imagem. Pode-se observar, ainda, um investimento da Vale em ESG.

É preciso considerar que as organizações, em crise ou não, precisam se reconhecer como sistemas sociais abertos, nos quais não há controle das ações e das percepções dos públicos, porque a produção de sentidos é construída a partir da visão, da interpretação e da relação de cada um. Nesse sentido, a análise apresentada contribui para que seja possível enxergar as intencionalidades da mineradora em se posicionar como uma organização que se preocupa com a sustentabilidade e é proativa na execução de ações relacionadas à proteção da Floresta Amazônica, afastando-se dos problemas que causaram diversas consequências sociais e ambientais nas regiões das bacias do rio Doce e do rio Paraopeba, em Minas Gerais, bem como os reflexos relacionados ao extrativismo mineral, sua atividade-fim, em diversas do regiões do país.

Considerações finais

O artigo se propôs a discutir a utilização de documentários por organizações na busca por legitimar suas ações. No caso específico analisado, a Vale aproveita da perspectiva da agenda ESG, em uma situação pós- crise, na busca por uma possível reparação da imagem. Articulando a análise do documentário ao conceito de “contrato de leitura”, segundo o qual, “ao longo da estrada, o leitor encontra personagens diversos que lhe propõem atividades várias, através das quais se vêm possíveis traços de relações, segundo as imagens que estes lhes passam” (VERÓN, 2004, p. 216), entende-se que, apesar de a Vale oferecer um discurso que pretende guiar o espectador a um caminho que o faz inferir que a mineradora atua em consonância com os princípios ESG, cabe a ele aceitar ou recusar tal discurso. A análise de conteúdo desenvolvida apontou a tentativa da Vale em se posicionar como uma organização que está em busca constante de informação sobre a Amazônia para executar iniciativas de recuperação da área degradada, além de explicitar o andamento de ações em prol da proteção da fauna e da flora e do reflorestamento.

Percebe-se que o documentário aponta significativa diferença de ocorrências entre as unidades de registro localizadas em unidades de contexto positivas em comparação àquelas localizadas em pontos negativos, apontando a intenção da mineradora em emoldurar positivamente as ações de sustentabilidade executadas por ela, em detrimento da destruição provocada por outros. Aponta-se, dessa forma, a intenção em transmitir uma mensagem de proatividade em relação aos princípios ESG, na tentativa de mudança de percepção em relação à imagem da Vale por parte da sociedade e de investidores, desde que esses receptores aceitem esse contrato. A promoção das iniciativas de proteção ao meio ambiente abre a possibilidade de os investidores que valorizam os princípios ESG, bem como a sociedade como um todo, passarem a enxergar que a mineradora, apesar de executar uma atividade extrativista, também colabora com a sociedade, em contrapartida, investindo em ações sustentáveis.

É preciso perceber, contudo, que há uma ambivalência na postura da organização quando é feita a abordagem da questão do extrativismo. A Vale, que tem como sua principal atividade a extração mineral, destaca todas as possibilidades de um extrativismo sustentável dentro da floresta, mas não aborda as consequências do extrativismo em escala industrial. Essa abordagem é a principal inferência que pode ser percebida no documentário, a partir da moldura que a Vale pretende dar às suas mensagens, sobre uma possível sustentabilidade no extrativismo, sendo explicada por uma organização essencialmente extrativista. Importante ainda reforçar que a referência ao extrativismo mineral – a atividade-fim da mineradora – ocorreu apenas uma vez durante todo o documentário, sem profundidade ou explicações mais detalhadas.

Pode-se inferir que a Vale apostou na estratégia de utilização de documentários como uma forma comunicacional de legitimar e valorizar a agenda ESG, na perspectiva do contrato de leitura, no qual há “regras, estratégias e ‘políticas’ de sentidos que organizam os modos de vinculação entre as ofertas e recepção dos discursos midiáticos, e que se formalizam nas práticas textuais, como instâncias que constituem o ponto de vínculo entre produtores e usuários” (FAUSTO NETO, 2007, p. 3). Após o lançamento do documentário, a mineradora disponibilizou, em seu canal no YouTube e em seu site, diversas peças

audiovisuais que informam sobre as ações executadas por ela voltadas aos ODSs, como *Mineração por Elas* (2021-2022), *Receitas da Floresta* (2021), *Um Olhar Sustentável para a Amazônia* (2021), *Caminhos da Coletividade* (2022) e *Sementes da Reparação* (2022), sendo este último específico sobre as ações executadas na região de Brumadinho, após o rompimento da barragem.

Com base nos autores analisados, entende-se que o documentário pode ser uma estratégia de legitimação do discurso, desde que o receptor aceite esse contrato entre o documentarista e o fato documentado, a partir do enquadramento e direcionamentos dados pela organização que manipula o filme. Mesmo que todo o documentário vise a reparação da imagem da organização e a tentativa de um resgate de sua reputação perante a sociedade e investidores, é preciso compreender que qualquer ação de comunicação, por mais bem emoldurada e pensada para atingir seus objetivos, depende da interpretação do espectador, ou seja, como será a recepção do documentário. Nesse sentido, por mais que a organização se esforce em utilizar essa estratégia na tentativa de reparar a imagem, ela depende da reação dos receptores, pois eles se constroem a partir de suas políticas e ações, relacionamentos, discursos, posicionamentos e pertencimentos.

Referências

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARRAGEM de rejeitos se rompe em distrito de Mariana. *G1*, 5 nov. 2015. Disponível em: <<https://acortar.link/aYM3IY>>. Acesso em: 7 fev. 2022.

BENOIT, William L. *Excuses and apologies: image repair theory and research*. 2. ed. New York: Suny Press, 2015.

COOMBS, W. Timothy. Parameters for Crisis Communication. In: COOMBS, W. Timothy; HOLLADAY, Sherry J. (Eds.). *The Handbook of crisis communications*. Hong Kong: Blackwell Publishing, 2010. p. 17-53.

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetos conceituais. *Rizoma*, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8-40, dez. 2018.

_____. Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., Santos, 2007. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2007.

FIÚZA, Patrícia; PIMENTEL, Thaís. Brumadinho: mais uma vítima da tragédia da Vale é identificada, diz governador Romeu Zema. *G1*, 27 maio 2021. Disponível em: <<https://acortar.link/7gsGvt>>. Acesso em: 6 fev. 2022.

FORNI, João José. Gestão da Comunicação em situações de crise. In: DUARTE, Jorge (Org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018. p. 413-439

FRANÇA, Vera. Sujeito da comunicação, sujeitos em comunicação. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 61-88.

NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. Campinas: Papirus, 2012.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Carine F. Caetano de. Comunicação no contexto das organizações: produtora ou ordenadora de sentidos? In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira (Orgs.). *Interfaces e tendências da comunicação*. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p. 91-108.

QUEM SOMOS. Disponível em: <<https://acortar.link/wQuvok>>. Acesso em: 10 jul. 2022.

RAMOS, Fernão Pessoa. *Mas afinal... o que é mesmo documentário?* São Paulo: Senac, 2008.

RIZÉRIO, Lara. Vale cai 24% e perde R\$ 72 bilhões de valor após tragédia em Brumadinho; ação da Ambev dispara 4% e Petrobras cai 3%. *Infomoney*, 28 jan. 2019. Disponível em: <<https://acortar.link/JumqzG>>. Acesso em: 26 mar. 2022.

SALLES, João Moreira. A dificuldade do documentário. In: MARTINS, José de Souza; ECKERT, Cornélia; NOVAES, Sylvia Caiuby (Orgs.). *O imaginário e o poético nas ciências sociais*. Bauru: Edusc, 2005. p. 57-71.

SEEGER, Mathew W.; SELNOW, Timothy L. *Theorizing crisis communication*. West Sussex: John Wiley & Sons, 2013.

SERRA, Cristina. *Tragédia em Mariana: a história do maior desastre ambiental do Brasil*. Rio de Janeiro: Record, 2018.

VERÓN, Eliseo. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo. Unisinos, 2004.

_____. L'analyse du "contrat de lecture": une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse. In: _____. *Les médias: expériences, recherches actuelles, applications*. Paris: IREP, 1985. p. 203-230.

UNITED NATION. *Who care wins: connecting financial markets to a changing world*. [S.l.]: United Nations Department of Public Information, 2004. Disponível em: <<https://acortar.link/0qd0C5>>. Acesso em: 28 jun. 2021.

Sandra Barroca

Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas).

Ivone de Lourdes Oliveira

Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Realizou pós-doutorado pela Université de Toulouse – Paul Sabatier (França). Líder do grupo de pesquisa Dialorg – Comunicação no Contexto Organizacional: Aspectos Teórico-Conceituais.