

## **Reputação e direito à informação: a comunicação da mineradora Samarco no caso do acidente ambiental em Mariana (Minas Gerais, Brasil)**

Reputation and right to information: the communication of Samarco mining company in the case of Mariana (Minas Gerais, Brazil) environmental disaster

Mariana Carareto Alves<sup>1</sup>

[marianacarareto@faac.unesp.br](mailto:marianacarareto@faac.unesp.br)

Roseane Andrelo<sup>2</sup>

[roseane.andrelo@faac.unesp.br](mailto:roseane.andrelo@faac.unesp.br)

Raquel Cabral<sup>3</sup>

[raquelc@faac.unesp.br](mailto:raquelc@faac.unesp.br)

Universidade Estadual Paulista, UNESP, Brasil

Recepción: 09/08/2016 Revisión: 04/11/2016 Aceptación: 21/12/2016 Publicación: 23/12/2016

<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-12-2016-04-43-64>

### **Resumo**

O presente artigo tem como objetivo analisar se a intenção de uma organização, ao informar suas ações durante uma crise, é um mero trabalho para sua imagem e reputação ou é uma forma de garantir o direito à informação para a sociedade. Para isso, assume-se que a informação é um elemento fundamental para todos os cidadãos e quando qualquer situação de risco traz consequências e impactos para a sociedade, o direito à informação deve ser garantido. Considerando esse preceito, o estudo traz uma reflexão sobre a forma como a mineradora Samarco se comunicou com a população brasileira, no ambiente digital, após o acidente ocorrido em 2015 com a ruptura da barragem de rejeitos no município de Mariana (Minas Gerais, Brasil). Assim, foi realizada uma análise dos conteúdos disponibilizados no site institucional da empresa e pontuados alguns aspectos sobre as estratégias de reputação

<sup>1</sup> Mariana Carareto, mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp (Bauru, SP, Brasil).

<sup>2</sup> Roseane Andrelo, professora Doutora da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Departamento de Comunicação Social, Unesp (Bauru, SP, Brasil).

<sup>3</sup> Raquel Cabral, professora Doutora da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Departamento de Comunicação Social, Unesp (Bauru, SP, Brasil).

e a importância do direito à informação durante uma crise com consequências para a sociedade.

**Palavras-chave:** Informação, direito, acidente ambiental, Samarco, reputação.

### **Abstract**

The present article aims to analyze whether the intention of an organization, when informing their actions during a crisis, is merely work for its image and reputation or a manner of guaranteeing the right to information to society. To this end, with the assumption that information is a fundamental element to every citizen, and when any risky situation brings consequences and impacts to society, the right to information must be guaranteed. Taking that premise into account, this study gives thoughts on the ways in which mining company Samarco communicated with the Brazilian population on the Internet, after the failure of the tailing dam in the city of Mariana (Minas Gerais, Brazil) in 2015. In this regard, the contents available on the company's institutional website were analyzed and some aspects of the reputation strategies and the importance of the right to information to society during the fallout of a crisis were identified.

**Keywords:** Information, rights, environmental disaster, Samarco, reputation.

### **Sumário**

1. Introdução
2. Marco teórico
3. Metodologia
4. Resultados
5. Discussão e conclusões
6. Referências

### **Summary**

1. Introduction
2. Theoretical frame
3. Methodology
4. Results
5. Discussion and conclusions
6. References

## **1. INTRODUÇÃO**

Vivemos na era em que informação é um bem de valor e uma vantagem para o desenvolvimento social e humano. Ela é a base para o conhecimento (Araújo, 1992), portanto se informar e ser informado, transmitir e receber informações são ações que

devem estar presentes na sociedade para evoluir, melhorar a qualidade de vida, garantir direitos.

No setor público, por exemplo, percebe-se a ampliação de países nos quais a população tem garantia, por lei, de se informar e, assim, como afirma Araújo (1992), exercer a cidadania, participando mais ativamente da vida pública.

O livre fluxo de informações e ideias ocupa justamente o cerne da noção de democracia e é crucial para o efetivo respeito aos direitos humanos. Se o direito à liberdade de expressão – que compreende o direito de buscar, receber e transmitir informações e ideias – não é respeitado, não é possível exercer o direito ao voto, além das violações de direitos humanos ocorrerem em segredo, e de não haver como denunciar a corrupção e a ineficiência dos governos. (Mendel, 2009: 9).

De acordo com Mendel (2009), o direito à informação não era reconhecido por organizações intergovernamentais nos anos 90, mas, atualmente, “todos os bancos multilaterais de desenvolvimento e uma série de outras instituições financeiras internacionais adotaram políticas de divulgação de informações” (Mendel, 2009:12).

Por outro lado, o setor privado, o qual afeta diariamente a sociedade, ainda apresenta barreiras para transmitir informações de interesse público. Um exemplo disso são empresas identificadas como socialmente responsáveis, que atuam contribuindo para “o desenvolvimento da sociedade monitorando os impactos econômicos, sociais de suas ações” (Naves, 2009: 202), mas muitas vezes orientam seus esforços para o marketing e não para ações realmente sociais (Naves, 2009). Isso é evidente quando uma organização causa um acidente e o direito à informação deveria prevalecer para garantir bem-estar aos atingidos, porém as ações são voltadas para sua segurança financeira e para a gestão da imagem e reputação.

Considerando essa situação, o presente artigo tem como objetivo analisar de que forma as informações são tratadas por uma organização durante um impacto na sociedade. Busca-se compreender se ela, ao informar suas ações durante uma crise, realiza um mero trabalho de

gerenciamento de imagem e reputação ou está garantindo o direito à informação para a sociedade.

Para isso, foi realizado uma análise de conteúdo (Bardin, 2009) no site da Samarco Mineração. A empresa possui uma unidade localizada no município de Mariana, no estado de Minas Gerais (Brasil), e em novembro de 2015 uma de suas barragens rompeu causando, além do vazamento de lama com rejeito de minério no Rio Doce e em uma grande região, sérios impactos ambientais, econômicos e sociais.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Informação e sociedade**

O desenvolvimento tecnológico trouxe mudanças sociais, econômicas e culturais para a sociedade, transformando a informação em um bem valioso e fundamental para a geração do conhecimento, produção de riqueza e desenvolvimento do bem-estar e qualidade de vida dos cidadãos. Entre as vantagens e desvantagens dessas mudanças, surge uma “nova era em que a informação flui a velocidades e em quantidades há apenas poucos anos inimagináveis, assumindo valores sociais e econômicos fundamentais” (Takasashi, 2002: 19).

Essa é a Sociedade da Informação caracterizada como pós-industrial ou informacional e marcada por uma nova economia (Castells, 2002), a qual estabelece que a produção e a competição entre os “agentes [...] (sejam empresas, regiões ou nações) dependem basicamente de sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimento.” (Castells, 2002: 120).

A Sociedade da Informação refere-se, portanto, a uma sociedade que sofreu, de acordo com Werthein (2000), transformações técnicas, organizacionais e administrativas e tornou a informação, resultado dos “avanços tecnológicos na microeletrônica e telecomunicações” (Werthein, 2000: 71), um elemento fundamental para os mais diversos processos. Diante disso, o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) foi fundamental por fornecer subsídios para o homem se apropriar da informação.

Além de um novo paradigma econômico e político, o período pós-industrial é marcado por uma transformação marcante na dimensão social devido ao “elevado potencial de promover

a integração, ao reduzir distâncias entre pessoas e aumentar o seu nível de informação” (Takasashi, 2002: 22). Assim, a informação se torna um fator essencial para cada indivíduo sendo o acesso às tecnologias de informação e comunicação indispensável por permitir a recepção, troca e transmissão da informação.

Diante disso, é importante destacar que informação é a matéria-prima para a produção do conhecimento (Araújo, 1992) por orientar o indivíduo em todas as práticas sociais, permitindo que ele cumpra seus direitos e deveres, além de tomar decisões para a vida individual e coletiva. Portanto, ela “deve ser vista como um bem social e um direito coletivo como qualquer outro, sendo tão importante como o direito à educação, à saúde, à moradia, à justiça e tantos outros direitos do cidadão” (Araújo, 1999: 155), pois

tanto a conquista de direitos políticos, civis e sociais, como a implementação dos deveres do cidadão dependem fundamentalmente do livre acesso à informação sobre tais direitos e deveres, ou seja, depende da ampla disseminação e circulação da informação e, ainda, de um processo comunicativo de discussão crítica sobre as diferentes questões relativas à construção de uma sociedade mais justa e com maiores oportunidades para todos os cidadãos. Diante desta colocação, podemos afirmar que o não-acesso à informação ou ainda o acesso limitado ou o acesso a informações distorcidas dificultam o exercício pleno da cidadania. (Araújo, 1999: 155)

Alcuri et al. (2012) acrescenta que a informação está diretamente ligada ao direito à comunicação, o qual garante ao indivíduo pedir, receber e transmitir informação. De acordo com Alcuri et al. (2012), o Relatório MacBride desenvolvido pela Unesco, em 1983, aponta que comunicação é a troca de informações e que

Todo mundo tem o direito de comunicar. Os elementos que integram esse direito fundamental do homem são os seguintes, sem que sejam de modo algum limitativos: a) o direito de reunião, de discussão, de participação e outros direitos de associação; b) o direito de fazer perguntas, de ser informado, de informar e os outros direitos de informação; c) o direito à cultura, o direito de escolher, o

direito à proteção da vida privada e outros direitos relativos ao desenvolvimento do indivíduo [...]. (Unesco, 1983: 288 apud Alcuri et al., 2012: 149).

Assim, é possível afirmar que informação é a base para a formação crítica de um cidadão a respeito de tudo que interfere em seu bem-estar. Em relação aos interesses e assuntos públicos da sociedade, o acesso à informação se torna uma ferramenta para o combate à corrupção e atos ilícitos dos governantes; para a prestação de contas e boa governança dos órgãos públicos; para avaliar o desempenho do governo por disponibilizar dados sobre a economia, políticas sociais e outras questões de interesse público; para a participação pública por meio do debate aberto e bem informado.

No Brasil, por exemplo, a Lei nº 12.527 (Brasil, 2011) regulamentou o direito constitucional de acesso às informações públicas e se tornou um importante fator para a garantia do direito à informação. Ela exige que os órgãos públicos publiquem documentos de interesse público independente de solicitações e estabelece que um conjunto mínimo de informações estejam disponibilizados na Internet, sendo eles: conteúdos institucionais, que dizem respeito às competências do órgão, a estrutura organizacional, endereços e telefones, horário de atendimento e respostas às perguntas mais frequentes da sociedade; conteúdos financeiros, que são os registros de despesas e repasses ou transferências de recursos financeiros, informações de licitações (editais, resultados e contratos); e, dados gerais sobre programas, ações, projetos e obras realizadas (Brasil, 2011).

Considerando a importância do acesso à informações para o exercício da cidadania, é possível refletir sobre a relação entre o direito à informação e o setor privado, pois organizações privadas impactam a sociedade de diversas formas diretamente ligadas ao interesse público. Como exemplo, pode-se destacar os fatores econômicos, sociais, ambientais e políticos.

Em relação às questões econômicas, existe, no Brasil, a Lei nº 12.741 que trata sobre a Transparência Fiscal (Brasil, 2012), a qual exige transparência nos impostos pagos pelo consumidor nas operações comerciais disponibilizando o valor na nota fiscal. Outra lei, também relacionada à transparência, é a Lei nº 11.638 que trata sobre as Sociedades por Ações (BRASIL, 2007) e estabelece, dentre outras coisas, que empresas de capital aberto

forneçam dados relativos aos seus processos financeiros. Ambas as legislações são exemplos do acesso à informação no setor privado.

Outro dado a ser destacado é que nas empresas de capital fechado está crescendo a conscientização sobre a importância de práticas transparentes, sendo ampliado e aprimorado “o processo de prestação de contas, a equidade entre os *stakeholders* e a responsabilidade corporativa. Hoje, as organizações compreendem as vantagens da jornada para adoção das melhores práticas da governança corporativa” (Alves; Mendonça, 2014: 3).

Refletindo sobre o âmbito político nessas organizações, destaca-se a necessidade de informações referentes às atividades de relações governamentais, as quais têm o intuito de diminuir os riscos econômicos, sociais, institucionais ou operacionais; oferecer alternativas que equilibrem o mercado e apresentar informações importantes para a compreensão de impactos trazidos por uma política pública ou uma proposta legislativa, de acordo com a Associação Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais (ABRIG, 2016). Observa-se, portanto, que é importante transparência e ética para promover a fluidez das informações entre o governo e as empresas privadas ao defenderem seus interesses e esclarecem acordos que interfiram no desenvolvimento do país, o que poderia ser chamado de responsabilidade política, como aponta Mancuso (2011). Essas ações deixam evidente esse relacionamento e são, por exemplo, instrumentos para o combate à corrupção e ao tráfico de influência (Mancuso, 2011).

Nos interesses sociais e ambientais, entende-se que as organizações trazem mudanças para as comunidades nas imediações onde estão instaladas. São exemplos disso a influência dessas organizações para a movimentação da economia local e a realização de projetos de responsabilidade social, os quais objetivam garantir o desenvolvimento sustentável para o local. Por outro lado, a atuação delas causa impactos negativos no ambiente como a poluição do ar e da água, consequências para a fauna e a flora, uso excessivo de água, desmatamento e extração excessiva de recursos naturais não renováveis, entre outras consequências.

Interferências sociais e ambientais das organizações precisam ter uma reflexão maior em relação à informação, pois geram consequências diretas no bem-estar e qualidade de vida

dos indivíduos. Para elas, o ideal seria que existissem legislações que garantissem acesso às informações sobre os processos, cuidados, soluções que uma organização oferece e desenvolve para o cuidado social e ambiental, principalmente, em situações de risco.

Considerando as reflexões sobre a importância da informação para os indivíduos e sua relação com setor privado para garantir um desenvolvimento sustentável, o presente artigo propõe uma análise sobre o acesso à informações em situações de risco devido à atuação de uma empresa, utilizando como estudo o acidente causado pela mineradora Samarco em Mariana (MG).

## **2.2. A informação para gestão da reputação e para o direito da população**

No dia 5 de novembro de 2015, uma barragem de rejeito de minério da Samarco se rompeu e outra transbordou em Bento Rodrigues, distrito de Mariana (Minas Gerais, Brasil), gerando impactos ambientais, sociais e econômicos. O desastre causou a destruição do distrito e de, aproximadamente, 500 quilômetros do Rio Doce, afetando diversas cidades entre os estados de Minas Gerais e Espírito Santo, todo o ecossistema das regiões e a vida das pessoas (Polignano, 2015). Além da degradação ambiental e das consequências causadas às vítimas, o acidente interrompeu o abastecimento de água e prejudicou a população ribeirinha e indígena, que dependem do rio para sobreviver (Polignano, 2015; Costa, 2015).

Do ponto de vista da organização, a Samarco vive uma crise que irá afetar sua atividade economicamente, pois, além de não estar operando (Trevisan, 2016), a empresa precisará de recursos para garantir apoio às vítimas, acordos com os empregados, desenvolvimento de projetos de recuperação ambiental etc. O impacto econômico também afeta suas duas acionistas (Vale e BHB Billiton). Um exemplo disso é que o lucro da Vale caiu 43% no segundo trimestre de 2016 por causa de uma provisão fornecida à Samarco (Trevisan, 2016) devido ao desastre.

Além do impacto econômico, a mineradora precisa desenvolver estratégias de gerenciamento de crise que ajudem a recuperar sua imagem e não abalar sua reputação, ativos intangíveis fundamentais para não agravar problemas financeiros. De acordo com Canto (2016), o Ranking de Sustentabilidade Empresarial, elaborado anualmente pela agência Market Analysis, revela consequências para a imagem da mineradora.



A preocupação em relação à imagem e à reputação é consequência do valor que ativos intangíveis possuem para as organizações. Villafañe (2005) destaca os intangíveis como uma das fontes mais importantes de valor e Bueno (2005) aponta que eles (marca, imagem, reputação, capital humano, cultura organizacional etc.) definem a inserção e a sobrevivência de uma organização no mercado.

Nesse sentido, o relatório da pesquisa *Global Risk Management*, desenvolvido por uma consultoria britânica de gerenciamento de riscos com o intuito de investigar os principais riscos enfrentados pelo mundo corporativo, mostra que “prejuízos à reputação ou à marca foram considerados os riscos mais críticos” em 2015, pois “sem credibilidade e confiança não existe operacional capaz de gerar resultados sustentáveis” (Malfatti, 2016, on-line).

Isso reforça que as atitudes da organização resultam em uma ou mais imagens, que seria, de acordo com Villafañe (2011), a integração, na mente dos públicos, de tudo que a organização transmite e de todas as experiências que o indivíduo tem e já teve com ela. Assim, a imagem é constituída pelas percepções dos públicos baseadas no conhecimento que eles têm a respeito de uma determinada organização. O que irá refletir na reputação, a qual envolve diversos pilares organizacionais que se tornam “uma representação da percepção das ações passadas e das perspectivas futuras que descrevem a atratividade da companhia para todos os seus públicos-chave em comparação aos seus principais concorrentes” (Fombrun, 1996: 72, tradução nossa), gerando confiança dos *stakeholders* pela organização.

Diante disso, existe uma relação entre imagem e reputação, pois todos os resultados alcançados com as ações, ao longo do tempo, refletem em valores gerados para os públicos com os quais a organização se relaciona e isso é o que garante uma reputação forte e boa (Almeida, 2007). Porém, é fundamental que a confiança seja formada a partir de “parâmetros de respeito, ética, coerência e autenticidade (Almeida, 2007: 229)”.

Nesse sentido, crises, imagens negativas, discursos desalinhados, desinformação e uma comunicação ineficaz podem abalar a confiança dos públicos com a organização e trazer consequências para a performance organizacional. Por isso, é fundamental o relacionamento constante entre a empresa e seus públicos para estabelecer comunicação viabilizando um diálogo eficiente capaz de produzir efeitos satisfatórios de imagem (Villafañe, 2011).

Do ponto de vista organizacional, é evidente, e normal, que a Samarco desenvolva estratégias de comunicação para proteger seus ativos. Por outro lado, devido à sua responsabilidade, a comunicação precisa ser realizada para informar e dialogar com a sociedade em busca de garantir bem-estar para as vítimas, recuperar os danos causados e explicar o acontecimento.

Informação e comunicação se complementam nesse cenário, pois informar é a possibilidade de receber dados de um emissor para ter conhecimento e, a partir disso, poder trocar esses dados e com eles, se comunicar (Alcuri et al., 2012). Diante disso, informação enquanto um direito do cidadão é poder ter acesso aos dados que irão permitir o diálogo nos diversos setores da sociedade e a defesa dos direitos civis, políticos e sociais.

Refletindo sobre esses fatores, entende-se que, na relação entre a transmissão da informação para a gestão da reputação e para a garantia do direito em um impacto para a sociedade, a organização deve transmitir suas mensagens reforçando seus valores e demonstrando total transparência e ética por meio da “profundidade no trato das questões e contribuição para o desenvolvimento da sociedade” (Aberje, 2008 apud Naves, 2008: 206).

Isso significa que é fundamental que as informações sejam coerentes, completas e alinhadas com a realidade organizacional para possibilitar transparência e ética. Mas, muito além do trabalho de construção e manutenção da imagem e reputação com os públicos, toda a população também tem o direito de receber e exigir essas informações, afinal, existem consequências para todos. Nesse sentido, Naves (2008: 207) afirma que o papel da comunicação nas empresas é muito mais amplo, pois “a integração com a sociedade deve ir além da conquista de clientela e da suposta competição com outras empresas”, ou seja, a comunicação nas organizações deve possuir uma função social.

Assim, é preciso informar e comunicar além de interesses próprios para garantir o desenvolvimento sustentável e consciente da sociedade com informação, principalmente quando uma organização traz um grave impacto como foi o acidente em Mariana (MG). Diante disso, em busca do aprofundamento da relação entre comunicação estratégica e direito à informação, foi desenvolvida uma análise para verificar como as informações, transmitidas pela Samarco em seu site, estão sendo trabalhadas para o âmbito

organizacional e para o direito à informação da população, identificando os principais assuntos abordados e ações realizadas.

### 3. METODOLOGIA

Frente ao exposto, o presente artigo utilizou como metodologia de pesquisa a análise de conteúdo, voltada para descrever e analisar documentos em diversos formatos. Trata-se, segundo Bardin (2009), de um método que reúne técnicas de análise das comunicações, a partir de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.

Os quatro formatos textuais encontrados no site em questão (texto, foto, vídeo e infográfico) tiveram o conteúdo analisado desde o dia em que ocorreu o acidente, em 5 de novembro de 2015, até 31 de janeiro de 2016. Foram criadas cinco categorias para verificar as principais informações transmitidas pela Samarco e se elas são estratégicas para a organização ou fundamentais para o interesse público. Cada uma das categorias engloba uma série de assuntos que ajudará a realizar a análise proposta. São elas:

- Social: assuntos relacionados à população; ao abastecimento/ fornecimento de água e alimentos; a indenizações e acordos com a população; a doações; relacionados a trabalho; e, à limpeza das cidades atingidas.
- Político: assuntos sobre o relacionamento com o governo e demais órgãos públicos; multas aplicadas; investigação.
- Econômico: assuntos relacionados à economia local; aos impactos econômicos; e, à atividade da Samarco.
- Ambiental: assuntos sobre a degradação; sobre soluções e ações ambientais; pesquisas sobre as consequências para o meio ambiente, qualidade da água e toxicidade do rejeito; assuntos sobre o monitoramento das barragens; resgate de animais.
- Organizacional: assuntos ligados ao trabalho de gerenciamento da imagem e reputação da organização, ou seja, sobre ações desenvolvidas que promovem o nome da empresa.

#### 4. RESULTADOS

Inicialmente, em uma breve análise do site, destacam-se as informações institucionais e os conteúdos para públicos estratégicos da Samarco (investidores, imprensa, profissionais). Há uma página para investidores, na qual se disponibiliza um relatório financeiro de 2014 e um contato direto da empresa para investidores. E uma página específica para a imprensa, que apresenta os principais contatos da Assessoria de Imprensa da Samarco e boletins sobre as ações da mineradora após o acidente. Estão disponíveis 12 (doze) boletins, divulgados entre novembro de 2015 e janeiro de 2016, com informações sobre apoio às vítimas, trabalhos ambientais, distribuição de água, oportunidades de trabalho e soluções para trabalhadores e acordos com governo e população.

Além desse conteúdo, o site possui, em todas as páginas, o contato da Central de Relacionamento (telefone de chamada gratuita e e-mail), respostas para as perguntas mais frequentes sobre a atuação da mineradora e ações relacionadas ao acidente. As perguntas e respostas disponíveis falam sobre o rejeito de minério, as ações que estão sendo desenvolvidas para proteção de animais, as medidas tomadas para garantir a segurança das barragens de Germano e Santarém, a composição da pluma de turbidez, o plano de ação para reconstrução das cidades atingidas pelo acidente, a retomada de atividades da mineradora na região, a ajuda que está sendo dada para as famílias atingidas e as medidas adotadas para a recuperação do Rio Doce (Minas Gerais, Brasil). Além disso, o site conta com uma página específica de notícias, uma galeria de fotos, vídeos e infográficos.

Os primeiros dados observados referem-se aos conteúdos das fotos, infográficos e vídeos. Foram analisados sete álbuns fotográficos, três infográficos e nove vídeos e, de acordo com as categorias propostas, os assuntos abordados estão sintetizados no quadro 1.

Considerando as categorias, os assuntos abordados nas fotos foram: saúde, limpeza das cidades, acomodação das famílias, resgate de animais, barreiras de contenção da lama no Rio Doce; tecnologia para monitoramento das barragens e mapa de localização das barragens. Os três infográficos apresentados abordam o tratamento de água, a estrutura de uma barragem e o funcionamento da entrega de casas à população. Os vídeos apresentam questões sobre a composição do rejeito, qualidade da água, assistência para abastecimento

de água e acomodações, esclarecimento sobre o acidente, a atuação da Samarco e a palavra do presidente da Samarco no dia do rompimento. As categorias de assuntos econômicos e políticos não foram abordadas nenhuma vez nas fotos, infográficos e vídeos.

**Quadro 1. Número de vezes no qual os assuntos foram abordados em fotos, infográficos e vídeos**

	Categorias		
	Social	Ambiental	Organizacional
<b>Fotos</b>	3	3	1
<b>Infográficos</b>	1	1	1
<b>Vídeos</b>	2	3	4

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Além desses conteúdos, foram analisadas 96 notícias publicadas pela Samarco que referem-se às ações e soluções sobre o rompimento das barragens, à situação das regiões e das vítimas afetadas e à atividade da empresa. Verifica-se que os assuntos abordados nessas notícias foram primordialmente sociais, conforme resumido no quadro 2.

**Quadro 2. Número de vezes no qual os assuntos das categorias foram abordados nas notícias**

Categoria	Nº de vezes que o assunto foi abordado
<b>Social</b>	47
<b>Ambiental</b>	22
<b>Organizacional</b>	17
<b>Econômico</b>	5
<b>Político</b>	4

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Dentre esses assuntos abordados, as principais informações transmitidas no âmbito político foram: termos de compromisso com governos; informes do governo sobre o acidente e a

Samarco; e sobre a intimação do Instituto Estadual do Meio Ambiente do Espírito Santo recebida pela empresa. Nos assuntos econômicos estão informações sobre acordos com os empregados da Samarco para a manutenção do emprego, licença remunerada e suspensão temporária do contrato; planos para o reestabelecimento do agronegócio na região; e, apoio para produtores de geleia.

Na categoria organizacional, as informações concentram-se em demonstrar o balanço de ações que a mineradora está realizando para apoiar as vítimas e reparar os danos; esclarecer causas do acidente e os planos de segurança para a população. Destaca-se nessa categoria o constante discurso de responsabilidade e comprometimento, tanto em coletivas quanto nas notícias.

**Figura 1 . Mapa de Ações da Samarco**



Fonte: Samarco, 2016, on-line.

Nas informações que dizem respeito ao meio ambiente encontram-se informações sobre o monitoramento das barragens, resgate de animais, qualidade da água, coleta de materiais para análise de possíveis impactos e sobre a lama nos rios e no mar. Por último, a categoria que mais apresentou notícias foi a social e os principais assuntos abordados foram: distribuição, fornecimento e abastecimento de água; indenizações; acomodações; apoio à população em relação à saúde e moradia; reconstrução e limpeza das cidades e de infraestruturas; auxílio financeiro; e, disponibilização de postos de atendimento para a população se informar em diversas cidades afetadas.

Além dos conteúdos informativos analisados, a Samarco desenvolveu um Mapa de Ações no site atualizado diariamente. O mapa contém informações sobre as ações sociais, de distribuição de água e do meio ambiente que estão sendo realizadas em cada uma das cidades afetadas (figura 1).

**Figura 2. Exemplo das informações fornecidas sobre Colatina (ES)**



Fonte: Samarco, 2016, on-line.

Considerando todas as informações que a Samarco disponibiliza em seu site, foram, no total, transmitidas 53 notícias sobre assuntos ligados às questões sociais, 29 sobre questões ambientais, 23 relacionados às estratégias organizacionais, cinco referentes às questões

econômicas e quatro sobre assuntos políticos. Além do mapa de ações que engloba informações atualizadas sobre ações nos âmbitos sociais e ambientais. Diante desse resultado, é possível verificar quais são os assuntos de maior preocupação da Samarco e realizar algumas reflexões sobre a intenção das informações que a empresa transmite.

## 5. DISCUSSÕES E CONCLUSÕES

Considerando os conceitos de direito à informação e de imagem e reputação já apresentados, é evidente que informação é um direito de todos seja para adquirir conhecimento, para o crescimento profissional e econômico, para saber sobre uma situação ou participar da vida pública.

Nesse estudo, entende-se que em uma situação de crise, a informação ajuda a organização no desenvolvimento de estratégias capazes de colaborar para o gerenciamento do relacionamento com os públicos a fim de melhorar a imagem e não abalar a reputação. Seja com o investidor, com a imprensa, o empregado ou o consumidor, é a informação, por meio da comunicação, que poderá aliviar tensões e reverter riscos. Por outro lado, quando a sociedade sofre um impacto, é fundamental que a informação não seja tratada apenas como estratégica, mas também como um direito de todos que foram afetados.

Envolvimento em corrupção, crimes contra o poder público, falta de ética com o cidadão, sonegação e acidentes ambientais são alguns exemplos de crises ligadas aos interesses públicos, pois podem afetar a vida de uma sociedade e gerar conflitos sociais, econômicos e políticos. A informação é um direito do cidadão, por isso, quando a situação da mineradora Samarco é analisada, é possível refletir sobre como a informação é usada.

A empresa tem inúmeras responsabilidades perante a sociedade pelos impactos causados. As vítimas necessitam de assistência financeira, social, psicológica, a sociedade precisa de esclarecimentos sobre o que ocasionou o rompimento das barragens. Se existem questões estratégicas e questões de direito, o que é possível constatar a respeito do trabalho desenvolvido para gestão da imagem e reputação e para informar a população?

Inicialmente, destacam-se dois fatores. O primeiro deles é que em todo o conteúdo analisado não existe profundidade sobre os assuntos, eles são pontuais, são pequenas notas



que afirmam as ações da organização. O segundo fator diz respeito ao constante uso de expressões que valorizam a Samarco, ou seja, por mais que eles estejam transmitindo uma informação, a qual não foi considerada organizacional, sempre existe o tom de cumprimento de todas as responsabilidades e transparência nas informações sociais, ambientais, políticas e econômicas. Esse tom traz uma ideia de que a situação está controlada pela empresa e que não vão existir impactos para a sociedade e para as vítimas.

Os dois fatores indicam que o que está sendo transmitido não é o suficiente para garantir o direito à informação, pois a falta de aprofundamento das questões e o excessivo reforço à atuação e comprometimento da organização deixam lacunas para importantes informações que garantem apoio às vítimas e demonstrem reais soluções para reparar os impactos. Por mais que exista a constante publicação de informações, elas precisam atender as necessidades da sociedade, e, como isso não está evidente, entende-se que o papel social da comunicação não está sendo cumprido.

Ao refletir sobre esse papel, compreende-se que a comunicação deva ser ética e transparente e responder a todas as expectativas do público. Ao analisar as notas e as temáticas abordadas, percebe-se que a superficialidade das informações deixam dúvidas, por exemplo, sobre as investigações; a qualidade de vida das vítimas afetadas; os projetos ambientais que estão sendo desenvolvidos para recuperação do rio, fauna e flora; a segurança financeira da organização; a segurança e manutenção de outras barragens; a atuação de todo o setor da mineração e sobre a capacidade e intenção da organização em reverter os impactos. São muitas questões levantadas que precisam de respostas imediatas para a sociedade, mas, principalmente, para aqueles que foram diretamente afetados.

Pode ser que, ao longo do tempo, essas respostas sejam apresentadas e que a organização disponibilize informações de acordo com sua atuação e apresente soluções. Porém, ao destacar a responsabilidade da organização na sociedade e o papel social da comunicação, seria ideal que informações e respostas fossem transmitidas antes de acontecer um acidente. Ou seja, é preciso ter um plano para atender situações de risco, ações pré-estabelecidas que garantam à população bem-estar em caso de emergências. Parte-se do princípio que uma organização com uma atividade de risco e de impacto saiba informar e dialogar com a sociedade constantemente para evitar um cenário como o analisado.

Dessa forma, podemos entender que a análise realizada não demonstra que a Samarco estava preparada para informar e que a primeira reação da empresa é garantir a sustentação de sua reputação. Apesar dessa constatação, o acidente ocorreu em um contexto em que a Internet se demonstra uma ferramenta fundamental para informar. Esse fato reforça sua importância para a sociedade por ser um meio para disponibilizar informações que ajudem os indivíduos a saberem como agir, dentre outros casos, em situações de risco. Além disso, pode ajudar o cidadão diretamente afetado a encontrar soluções imediatas que amenizem os problemas enfrentados, como por exemplo, nas informações sobre distribuição de água que a Samarco divulga.

Diante disso, a análise indica que, de certo modo, a empresa não conseguiu informar efetivamente a opinião pública e principalmente os afetados pelo acidente, uma vez que não há profundidade nas notas publicadas. Com isso, observa-se uma fragilidade nessa conduta que gera um dano para sua imagem e reputação. Como visto, o fator fundamental para o direito à informação, seja no setor público ou privado, são as novas tecnologias de informação e comunicação, pois elas possuem potencialidades para garantir uma relação transparente com a sociedade e a participação dos cidadãos. Porém ainda é preciso que as organizações passem a utilizá-las de modo efetivo e com transparência com o intuito de cumprir o real papel social da comunicação.

## 6. REFERÊNCIAS

ABRIG, Associação Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais (2016). *Relações Governamentais*. Recuperado el 20 de enero de 2016, de [www.relgovbrasil.com.br/relacoes-governamentais](http://www.relgovbrasil.com.br/relacoes-governamentais)

ALCURI, G., LUGON, J., CARVALHO, L. y ZÓRZO, N. (2012). *O Relatório MacBride: História, importância e desafios*. Brasília: Organização das Nações Unidas. Recuperado el 20 de enero de 2016, de [sinus.org.br/2012/wp-content/uploads/05-AC.pdf](http://sinus.org.br/2012/wp-content/uploads/05-AC.pdf)

ALMEIDA, A.C. (2007). A reputação na velocidade do pensamento. *Revista Organicom*, v.4, nº 6, p. 227-231. São Paulo: ECA – USP.

ES, F. y MENDONÇA, C. (2014). Mensagem do patrocinador. En IBGC – Instituto Brasileiro de

Governança Corporativa. *Caderno de Boas Práticas de Governança Corporativa Para Empresas de Capital Fechado: Um guia para sociedades limitadas e sociedades por ações fechadas*. São Paulo: IBGC.

ARAÚJO, E. A. (1992). Informação, cidadania e sociedade no Brasil. *Revista Informação & Sociedade*, v.2, n.1, p.42-49, 1992. João Pessoa: UFPB.

ARAÚJO, E. A. (1999). Informação, sociedade e cidadania: gestão da informação no contexto de organizações não-governamentais (ONGs) brasileiras. *Revista Ciência da Informação*, v.29, n. 2, p. 155-167. Brasília: IBICT.

BARDIN, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Lisboa, Portugal: Edições 70, LDA.

BRASIL. *Lei nº 11.638*, de 28 de dezembro de 2007. Altera e revoga dispositivos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras. Recuperado el 18 de Diciembre, de [www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/lei/l11638.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11638.htm)

BRASIL. *Lei nº 12.527*, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Recuperado el 18 de Diciembre, de [www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm)

BRASIL. *Lei nº 12.741*, de 8 de dezembro de 2012. Dispõe sobre as medidas de esclarecimento ao consumidor, de que trata o § 5º do artigo 150 da Constituição Federal; altera o inciso III do art. 6º e o inciso IV do art. 106 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor. Recuperado el 18 de Diciembre, de [www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/l12741.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12741.htm)

BUENO, W. (2005). A personalização dos contatos com a mídia e a construção da imagem das organizações. *Revista Organicom*, v.2, nº 02, p. 70-95. São Paulo: ECA - USP.

CANTO, R. (2016). *Pesquisa revela dano à imagem da Samarco*. Recuperado el 19 de diciembre de 2016, de [www.cartacapital.com.br/sociedade/samarco-a-empresa-que-mais-causa-danos-ambientais-no-brasil](http://www.cartacapital.com.br/sociedade/samarco-a-empresa-que-mais-causa-danos-ambientais-no-brasil)

CASTELLS, M. (2002). *A Sociedade em Rede*. 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra.

COSTA, C. (2015). *O que já se sabe sobre o impacto da lama de Mariana?* Recuperado el 19 de Diciembre de 2016, de [www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151201\\_dados\\_mariana\\_cc](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151201_dados_mariana_cc)

FOMBRUN, C. J. (1996). *Reputation: realizing value from the corporate image*. Boston: Harvard Business School Press.

MANCUSO, W. P. (2011). *Lobby e Responsabilidade Política e Corporativa*. *Revista Organicom*, v.8, nº 14, p. 190-203. São Paulo: ECA – USP.

MALFATTI, C. (2016). *Reputação: fator de risco número 1*. Recupera el 18 de Diciembre de 2016, de [www.meioemensagem.com.br/home/marketing/noticias/2016/03/14/Reputacao-fator-de-risco-numero-um.html](http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/noticias/2016/03/14/Reputacao-fator-de-risco-numero-um.html)

MENDEL, T (2009). *Liberdade de informação: um estudo de direito comparado*. Brasília: Unesco.

NAVES, R. (2009). Responsabilidade social, sustentabilidade e governança corporativa em um contexto ético. En: Kunsch, M. M. K y Oliveira, Ivone de Lourdes. *A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações* (197-209). São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora.

POLIGNANO, M. V. (2015). *Lama de Mariana pavimentou rios por onde passou*. Dano é irreversível. Recupera el 19 de Diciembre de 2016, de [brasil.elpais.com/brasil/2015/11/14/politica/1447510027\\_501075.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2015/11/14/politica/1447510027_501075.html)

SAMARCO (2016). *Mapa de Ações*. Recuperado el 31 de enero de 2016 de, [www.samarco.com/mapa-de-acao](http://www.samarco.com/mapa-de-acao)

TAKASASHI, T. (2002). A Sociedade da Informação. En: Peruzzo, Cecília y Brittes, Juçara (Org.). *Sociedade da Informação e Novas Mídias: participação ou exclusão?*. São Paulo: INTERCOM.

TREVISAN, J. (2016). *Lucro da Vale cai 43% no segundo trimestre por provisão à Samarco*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2016, de [g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2016/07/lucro-da-vale-cai-30-sobre-2015-por-provisao-para-samarco.html](http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2016/07/lucro-da-vale-cai-30-sobre-2015-por-provisao-para-samarco.html)

VILLAFANE, J. (2005). La gestión de los intangibles empresariales. *Revista Comunicação e Sociedade*, v.8, p. 101-113. Braga, Portugal: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.

VILLAFANE, J. (2011). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. 4ª edición. Madrid, Espanha: Pirámide.

WERTHEIN, J. (2000). A sociedade da informação e seus desafios. *Revista Ciência da Informação*, v. 29, n. 2, p. 71-77. Brasília: IBICT.

**Forma de citar este artículo:**

CARARETO, M., ANDRELO, R. y CABRAL, R. (2016). Reputação e direito à informação: a comunicação da mineradora Samarco no caso do acidente ambiental em Mariana (Minas Gerais, Brasil). *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. VI, Nº 12, 43-64. Recuperado el \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-12-2016-04-43-64>