

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
RELAÇÕES PÚBLICAS

Larissa da Silva Stumpf

**UMA ANÁLISE COMUNICACIONAL PÓS-CRISE AMBIENTAL: REFLEXÕES A
PARTIR DOS CASOS DE MARIANA E BRUMADINHO**

Santa Cruz do Sul

2019

Larissa da Silva Stumpf

**UMA ANÁLISE COMUNICACIONAL PÓS-CRISE AMBIENTAL: REFLEXÕES A
PARTIR DOS CASOS DE MARIANA E BRUMADINHO**

Trabalho apresentado ao Curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul, como avaliação parcial da disciplina de Monografia em Relações Públicas.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Grazielle Betina Brandt

Santa Cruz do Sul
2019

Larissa da Silva Stumpf

**UMA ANÁLISE COMUNICACIONAL PÓS-CRISE AMBIENTAL: REFLEXÕES A
PARTIR DOS CASOS DE MARIANA E BRUMADINHO**

Este trabalho de conclusão foi submetido ao Curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Grazielle Betina Brandt

Dr.^a Grazielle Betina Brandt
Professor Orientador

Me^a Analu Schmitz
Professor Examinador-FACCAT

Dr.^a Elizabeth Huber Moreira
Professor Examinado-UNISC

Santa Cruz do Sul

2019

AGRADECIMENTOS

Ao longo do caminho em busca de uma formação, houve muitos percursos a serem vencidos, em meio a eles, pensamentos de desistência foram constantes. Porém, Deus com toda a sua generosidade, deu sua força para continuar a caminhar em busca de meu sonho. Portanto, agradecer a ele primeiramente por me dar toda força necessária para concluir o curso.

A minha família, principalmente ao meu pai e minha tia, que sempre deram total apoio, incentivo aos meus estudos e sempre estiveram ao meu lado em todos os momentos, não apenas da faculdade e sim, da vida. Sou grata por tê-los perto de mim e ter caminhado ao lado deles, pois através da minha família que aprendi a ser um ser humano melhor, de caráter.

Em meio aos 4 anos e meio, conheci pessoas maravilhosas que não apenas me ajudaram a concluir o curso, mas que foram essenciais para meu crescimento pessoal. Pessoas essas, que são mais do que amigos, que fizeram e fazem parte dessa história.

Agradeço aos profissionais de Relações Públicas que se dispuseram de seu tempo para responder as perguntas e agregarem informações e conhecimento a monografia. Sempre dispostos e solícitos em meio ao trabalho de conclusão do curso.

A Grazielle Betina Brandt, por contribuir constantemente através de seus conhecimentos. Agradeço pela sua paciência, pelo seu apoio comigo, pois no percurso da monografia sempre se mostrou dedicada, atenciosa e acima de tudo sempre esteve disposta a me atender de forma positiva com toda a sua simplicidade. Além de ajudar não só no trabalho, mas sim, a me tornar uma profissional.

Sou grata por ter conhecido essas pessoas, por ter feito parte também da história deles, sempre desejarei muito sucesso para cada um. E sem me esquecer de minha família que é a minha base em tudo. Obrigada a todos!

... E quando deixamos de lado toda impureza, vaidade e egoísmo, descobrimos que o peso de tudo aquilo, apenas fazia-me caminhar devagar no grande mar de possibilidades.

Thiago Herinch

RESUMO

Esta monografia teve como objetivo enfatizar como se divulgou os desastres ambientais de Mariana e Brumadinho no ambiente digital, além de evidenciar como profissionais de relações públicas perceberam esses desastres. Os dados foram obtidos a partir do uso das ferramentas do *Google Trend*, além de entrevistas realizadas com profissionais de Relações Públicas. Com o *Google Trend* foi possível observar quais estados das 5 regiões brasileiras tiveram o maior número de notícias veiculadas ao público externo sobre os desastres, sendo que o estado que mais comentou sobre os casos foi Espírito Santo, sendo que o estado de Minas Gerais ficou em segundo lugar. Da mesma forma buscamos compreender os desastres na perspectiva de profissionais. Os profissionais relataram a falta de um plano de comunicação em momentos de crise. O resultado das entrevistas com profissionais de Relações Públicas evidencia que as empresas buscam por profissionais de comunicação apenas quando ocorre algum erro interno ou externo. No entanto, reforçam que o trabalho do profissional na gestão de crise tende a ser a longo prazo.

Palavras-chave: Desastre ambiental. Crise de imagem. Sustentabilidade social nas empresas. Samarco. Vale.

ABSTRACT

This monograph had the objective of emphasizing how the environmental disasters of Mariana and Brumadinho were divulged in the digital environment, besides evidencing how public relations professionals perceived these disasters. The data were obtained from the use of the tools of Google Trend, as well as interviews with professionals of Public Relations. With Google Trend, it was possible to see which states in the 5 Brazilian regions had the highest number of reports to the public about the disasters, and the state that most commented on the cases was Espírito Santo. second place. In the same way we seek to understand disasters from a professional perspective. The professionals reported the lack of a communication plan in times of crisis. The results of interviews with Public Relations professionals show that companies are looking for communication professionals only when there is an internal or external error. However, they reinforce that the professional's work in crisis management tends to be long-term.

Keywords: Environmental disaster. Image crisis. Corporate social responsibility. Samarco. Vale.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 ORGANIZAÇÕES, COMUNICAÇÃO E MEIO AMBIENTE	13
2.1 Os desafios socioambientais nas organizações contemporâneas	13
2.2 A comunicação ambiental nas organizações	19
2.3 Perspectivas da comunicação ambiental a partir das relações públicas	24
3 GESTÃO COMUNICACIONAL E GERENCIAMENTO DE CRISE	28
3.1 A comunicação na gestão de crise	28
3.2 Formas de como o profissional de relações públicas pode agir na crise....	38
3.3 Reflexões sobre crises e desastres ambientais envolvendo barragens	43
4 CRISES E DESASTRES AMBIENTAIS RECENTES NO BRASIL: OS CASOS DE BRUMADINHO E MARIANA	47
4.1 Procedimentos metodológicos	47
4.2 O que a mídia disse sobre os desastres de Mariana e Brumadinho?	49
4.3 Os desastres de Mariana e Brumadinho na perspectiva de profissionais de Relações Públicas	65
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
REFERÊNCIAS	75
APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO	79
APÊNDICE B - ROTEIRO DA ENTREVISTA	80

1 INTRODUÇÃO

A presente monografia abordou a análise comunicacional do período pós desastres ambientais em Mariana e Brumadinho. O trabalho desenvolvido foi realizado de forma a enfatizar como a mídia divulgou ambos desastres ambientais e como profissionais de comunicação perceberam os acontecimentos e estratégias comunicacionais adotadas em Mariana no ano de 2015 e em Brumadinho em 2019. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa que fez uso de materiais nos meios digitais e entrevistas com profissionais da área de Relações Públicas, provenientes das cidades de Cachoeira do Sul e Santa Cruz do Sul. Os pontos de vista dos profissionais foram fundamentais para uma compreensão detalhada do que ocorreu em termos comunicacionais, bem como o que poderia ou não ter sido feito em relação aos desastres ambientais ocorridos no Brasil.

Em 5 de novembro de 2015 na cidade de Mariana, localizada no estado de Minas Gerais, ocorreu o desastre ambiental que entraria para a história do país. A barragem da empresa Samarco se rompeu e atingiu casas e rios, devastando tudo a sua frente. A lama que se juntou aos rejeitos de minérios soterrou casas, o que ocasionou 19 mortos e qualificou o desastre ambiental sem precedentes na história do Brasil.

A Samarco é uma organização de capital fechado fundada em 1977, localizada nas cidades de Mariana e Ouro Preto (MG). Atua no mercado há 40 anos e tem como produto pelotas de minério comercializados em diversos países das Américas, Oriente Médio, Ásia e Europa¹.

Com o rompimento da barragem em Mariana (MG) em 2015, a empresa sofreu uma grave crise em sua imagem. A tragédia ocorreu há cerca de três anos. Mesmo com o passar dos anos, a empresa não apresentou nenhuma postura mais ativa frente a tragédia que não só atingiu as famílias que moravam perto da barragem, mas o meio ambiente, o que agravou as consequências sociais e econômicas do desastre.

Um segundo desastre semelhante e de grande proporção ocorreu na cidade de Brumadinho, no estado de Minas Gerais, em 2019. A Vale, empresa responsável

¹ Disponível em: <<https://www.samarco.com/en/>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

pelo rompimento da barragem, é a mineradora multinacional que está há 70 anos no Brasil. Ela produz minério de ferro, de pelotas e de níquel e se localiza em Brumadinho.²

Após mais uma tragédia semelhante acontecer, de proporções humanas ainda maiores, muitos questionamentos são levantados em relação ao que está acontecendo com as empresas que atuam na área da mineração no Brasil. As empresas não estão dando conta de evitar os desastres e, no cenário pós-desastre, de apresentar estratégias e ações comunicacionais com eficiência para informar os públicos frente as tragédias.

São inúmeras interrogações que cercam as catástrofes ocorridas em Minas Gerais, nas cidades Mariana e Brumadinho. A problemática busca responder as seguintes questões: Como os meios digitais notificaram os desastres de Mariana e Brumadinho? Qual o olhar de profissionais de Relações Públicas sobre os desastres ocorridos após a crise ambiental?

Os danos causados pela barragem da Samarco e da Vale em 2015 e 2019, continuam presentes nos locais do desastre e na sociedade em geral, por esta razão que as questões levantadas são de suma importância. A partir de uma análise do que foi noticiado pela mídia e de como profissionais de RP lidariam com a questão, partindo de uma perspectiva comunicacional, poderá se entender como esses profissionais perceberam o plano de comunicação de gestão de crise das empresas responsáveis.

O cenário de crise geralmente é inevitável para algumas empresas. Porém, o bom preparo é fundamental para se evitar situações em que prejudique a imagem das organizações de forma geral. Nesse sentido, os profissionais de Relações Públicas são agentes de comunicação capacitados para agir em situação de crise.

Diante dessa perspectiva o objetivo principal da monografia foi definido como sendo o de compreender a percepção que os profissionais da área de comunicação possuem em relação aos desastres ambientais de Mariana e Brumadinho e a forma como a mídia divulgou os acontecimentos.

A partir desse objetivo geral, a pesquisa com os profissionais de Relações Públicas permite evidenciar o olhar do RP para com a organização e sua atitude

² Disponível em: <<http://www.vale.com/EN/Pages/Landing.aspx>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

com as famílias e o desastre ambiental. Entre os objetivos específicos estão analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelas empresas no momento da crise; verificar como a empresa poderia ter agido quando ocorreu o desastre ambiental a partir da visão de profissionais de Relações Públicas; Pesquisar como os profissionais de Relações Públicas veem a companhia após o ocorrido com as famílias e a posição da empresa diante do rompimento; Compreender as estratégias utilizadas pelo setor de comunicação da empresa na hora de uma crise; Pesquisar a forma como a mídia retratou as notícias.

A missão, visão e os valores de um estabelecimento sendo ele micro ou macro são o primeiro passo para a apresentação do compromisso da empresa para com a sociedade. Porém, nem todas as instituições cumprem o seu papel com a sociedade, desta forma, mais um objetivo foi apresentado, que é o de apontar como as empresas analisadas lidaram com a crise ambiental. Essas companhias servirão de exemplo para outras na questão de cumprimento de seu papel na comunidade em que se está inserida. Desta forma, o que será levado em conta é a maneira como foi realizada a gestão.

A crise tem o poder de se espalhar facilmente e atingir tanto o público interno como o externo à organização. Com o uso das mídias digitais e sociais ela tem capacidade de se propagar pelo globo. Isso pode prejudicar o trabalho da instituição com o seu público estratégico (públicos que interessam a empresa) e seus *Stakeholders* (fazem parte do público estratégico e são aqueles públicos que influenciam).

Portanto, saber prevenir ou gerenciar de forma adequada uma crise é essencial para a sobrevivência de uma organização. O profissional de Relações Públicas pode se destacar no adequado gerenciamento de crise.

Por conta das consequências humanas e ambientais dos desastres de Mariana e Brumadinho, acompanhados no meio digital nestes últimos três anos, é que a pesquisa se volta. Trabalho este que serve para evidenciar como a internet tem noticiado esses desastres e analisar como o planejamento de comunicação poderia ser repensado. Portanto, esses são os objetivos da pesquisa.

O primeiro capítulo introduz o tema da pesquisa, bem como os objetivos do estudo. O segundo capítulo abordou a questão das Organizações, Comunicação e Meio Ambiente, tratando dos dilemas socioambientais e as ferramentas a serem utilizadas em tempos de crise pelos profissionais de Relações Públicas.

Na sequência, o terceiro capítulo, mencionou a Comunicação Ambiental a partir da perspectiva das Relações Públicas. No quarto capítulo apresentou-se as análises através de ferramentas e pesquisas realizadas com os profissionais de Relações Públicas em relação aos desastres das empresas Vale e Samarco, especialmente a partir de percepções e entendimento desses profissionais sobre os desastres. No último capítulo são apresentadas as conclusões do estudo, bem como reflexões pertinentes no âmbito da gestão comunicacional no contexto de crises.

2 ORGANIZAÇÕES, COMUNICAÇÃO E MEIO AMBIENTE

O capítulo 2 apresentará uma sequência que envolve o debate em torno das questões ambientais nas empresas e a ação do profissional de Relações Públicas nesse meio. O primeiro subcapítulo evidenciou os dilemas socioambientais pelos quais muitas organizações atuais passam ou deixam de confrontar.

O segundo subcapítulo evidencia como é realizada e percebida a comunicação para a sustentabilidade nas organizações. Um momento para analisar os porquês de se ter uma gestão sustentável interna. E por fim, um olhar da área de Relações Públicas para a comunicação ambiental.

2.1 Os desafios socioambientais nas organizações contemporâneas

As organizações são as principais causadoras de danos ambientais, isso se dá por conta da quantidade de recursos e energia retiradas do planeta e utilizadas em seu sistema produtivo. Desta forma, causam impacto ambiental em locais, regiões e países do mundo. Muitas delas são avaliadas pelo seu modo de produção e não pelas atividades em prol do custo socioambiental e econômico mínimo (LEONEL,1998.)

Na contemporaneidade as empresas, de forma geral, deveriam apresentar um olhar voltado as questões ambientais, principalmente aquelas que utilizam desses recursos naturais e que de alguma forma apresentam algum risco ambiental e social em decorrência de suas atividades. A maneira como essas empresas consomem ou preservam a fauna e flora, depende do seu posicionamento.

A responsabilidade social empresarial, nesse sentido, pode contribuir com ações em prol ao desenvolvimento social, que de alguma forma possa desenvolver impactos positivos não só na sociedade, mas também no planeta. Desta forma, ela pode ser pensada como:

A forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e a redução das desigualdades sociais. (ETHOS, 2004).

Há várias maneiras de definir a responsabilidade social e socioambiental das organizações. A responsabilidade social das empresas “é a ideia de que uma organização deveria olhar além de seus próprios interesses e dar uma contribuição para a sociedade” (NICHELS; WOODS, 1999, p.11). Essa contribuição pode partir de questões sociais e ambientais e vai depender da maneira como as empresas lidam com seu lucro. A busca pelo lucro pode agravar as relações sociais e socioambientais de uma organização. Essa forma de pensar pode ultrapassar os limites e acabar por impedi-las de perceber os perigos ambientais, por exemplo. Uma empresa que desenvolve sua responsabilidade social de forma adequada busca:

[...] assegurar o desempenho ético correto e o desempenho ambiental adequado da empresa, melhorar a qualidade de vida de seus funcionários e dependentes, usar o poder e a realização da empresa com seus fornecedores e concorrentes para mobilizá-los a serem socialmente responsáveis (por exemplo, não comprar de nenhum fornecedor que usa trabalho infantil), implementar normas de respeito ao consumidor e mobilizá-lo para atos de solidariedade, utilizar todos os espaços de comunicação para transmitir valores e informações de interesse da comunidade [...] (MELO NETO e FRÓES, 1999, p. 32)

No entanto, esses objetivos nem sempre são percebidos e/ou adotados pelas empresas. Desta maneira, temas voltados para o desenvolvimento sustentável e ambiental dentro das empresas tem sido investigado nas Ciências Sociais, como consta no artigo “Responsabilidade Social e Ambiental das Empresas: Uma perspectiva sociológica”, (MASCARENHAS, COSTA, 2011). O artigo enfatiza o homem atuando sobre a natureza, as causas de sua produção e qual o real valor que as organizações apresentam em respeito ao meio ambiente.

Por conta do não cumprimento dos objetivos ambientais é que a legislação ambiental se faz presente na vida empresarial, exigindo a regulamentação e uma postura por uma responsabilidade social que observe os danos ambientais. Com isso, as organizações serão obrigadas a terem uma postura diante do cenário ambiental.

Desta forma, o meio ambiente seria reconhecido como um “lugar determinado ou percebido no tempo onde os elementos naturais e sociais estão presentes em relações e em interação” (REIGOTA, 1995, p.14). A partir do momento em que uma empresa tira algo da natureza, ela tem o dever de devolver imediatamente para não

haver quebra no ecossistema posteriormente. Já que a natureza, assim como o planeta precisa desses recursos para sobreviver.

Com isso, as empresas precisam investir em mudanças que são perpassadas por três paradigmas: econômico, ambiental e social. Perante a esses três paradigmas, cada corporação buscará seguir as exigências e as necessidades de uma comunidade, já que no mundo contemporâneo a sociedade impõe a cada indústria uma maior consciência ambiental.

Para que os passos em prol da sustentabilidade ambiental possam ser realizados com êxito, todas as partes da organização devem estar presentes, a começar pelo Sistema de Gestão Ambiental (SGA), “parte do sistema de gestão de uma organização utilizada para desenvolver e implementar a sua política ambiental e gerir os seus aspetos ambientais”, (MASCARENHAS, COSTA, 2011). Um setor voltado para a implementação de políticas ambientais, é fundamental para o início do cumprimento das exigências sociais, além de, estar incluso na Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

Para que um projeto ou programa de responsabilidade socioambiental ocorra em uma organização é necessário investimento do capital para a motivação organizacional, comunicação e informação, enfatizando o diálogo social, segurança no mercado de trabalho, motivação profissional, gestão de recursos e impacto ambiental. Os funcionários são também peças chave para a construção e qualquer mudança ou crise que houver, eles devem ser os primeiros a estarem cientes do que está acontecendo. Dessa maneira, serão os primeiros a terem informações de seu local de trabalho.

A motivação interna para participação de um projeto ou programa socioambiental se dá pela comunicação aberta e clara entre gestores e funcionários, conseguintemente, as informações ambientais serão absorvidas rapidamente. Ao omitir informações, a empresa mostrará que são apenas trabalhadores e não construtores da história de uma instituição.

Um segundo ponto para que um projeto ou programa socioambiental se desenvolva em plenitude exige cidadania empresarial, ou seja, união de todos os colaboradores e dos públicos. Todos eles também são peças fundamentais, inclusive os *stakeholders*, conforme apresentados por Werther e Chandler:

Stakeholders sociais (comunidade, governo, entidades reguladoras, organizações locais sem fins lucrativos e organizações Não Governamentais – ONGs), os stakeholders económicos (os clientes, financiadores, distribuidores e fornecedores) e os stakeholders organizacionais (colaboradores, gestores, acionistas e sindicatos) (WERTHER e CHANDLER, 2006, p. 144).

O marketing social também pode estar presente no ambiente externo. Ele é uma estratégia da organização em mostrar sua mudança e preocupação com a sustentabilidade. Mas para que isso seja realizado de forma eficaz, a comunicação deve se fazer presente. Segundo Melo Neto e Froes,

O verdadeiro marketing social atua fundamentalmente na comunicação (...), com ações que visam aumentar comprovadamente o seu bem-estar social e o da comunidade. Essas ações de médio e longo prazo garantem sustentabilidade, cidadania, solidariedade e coesão social (...) a empresa ganha produtividade, credibilidade, respeito, visibilidade e, sobretudo, vendas maiores” (MELO NETO E FROES, 2001, p. 74).

O compromisso com o meio ambiente é de extrema importância para uma empresa que zela pela imagem institucional (imagem passada ao seu público), e ao mesmo tempo evitará danos futuros que possam atingir de forma negativa sua imagem.

A exigência pelo compromisso ao meio ambiente, que a sociedade e consumidores cobram atualmente, se dá pelos danos sucessivos causados por outras empresas no século passado e no decorrer deste início de século. Por conta disso, nos dias atuais, a sociedade está mais ciente de seus compromissos com a natureza. E por conta dessa consciência, ela cobra um posicionamento das empresas.

Apesar de ser escolha das instituições em aderir ou não a sustentabilidade, já que atingirá sua imagem de forma direta, há algumas leis que deixam claro o seu dever dentro da sociedade, e qual a punição em caso de desastres ambientais, ou algum dano de forma direta ou indireta a natureza.

Portanto, somos responsáveis pelo equilíbrio do ecossistema, segundo o IBAMA. Dessa maneira, os ecossistemas estão protegidos pelo Código Florestal, e caso alguma empresa ou grupo de pessoas infrinja a lei, será punido. Pois, todo o ecossistema é fundamental não só para a sobrevivência humana e animal, mas também para as diversas formas de vegetações que integram o ecossistema. Nesse sentido,

É inegável a importância ecológica de florestas ao longo de cursos d'água, com reflexos tanto para a manutenção da biodiversidade local como para as comunidades que com ela interagem de forma social e econômica. As vegetações nessas áreas atenuam a erosão do solo, regularizam os fluxos hídricos e impedem o processo de assoreamento dos cursos da água, dentre outras funções vitais. As APPs e as áreas de reserva legal têm um papel fundamental no ciclo da bacia hidrológica como um todo (BRASIL, 2015, p. 7).

Por conta disso, a pessoa ou empresa que quebrar o protocolo estará cometendo crime ambiental como consta no art. 38 da Lei 9.605/9:

Art. 38. Destruir ou danificar floresta considerada de preservação permanente, mesmo que em formação, ou utilizá-la com infringência das normas de proteção: Pena - detenção, de um a três anos, ou multa, ou ambas as penas cumulativamente. Parágrafo único. Se o crime for culposo, a pena será reduzida à metade (BRASIL, 1998)

Assim, uma organização que infrinja a lei não responderá apenas pelo seu erro, mas também responderá judicialmente por crime doloso (quando há intenção) ou culposo (quando não há intenção), podendo ou não reduzir sua pena. Mas indiferente disso, a imagem que ela passará será negativa, custando anos para revertê-la.

Mas o que deve ser levado em conta, é que a maioria dos desastres ambientais no Brasil ocorre devido as instalações de barragens. Elas são as maiores causadoras dos desmoronamentos, atingindo a natureza de forma violenta e irreversível.

Rocha e Soares (2008) apresentam os impactos da construção de barragens. O primeiro ponto a ser discutido é a remoção da população de seu território. Pois, esses locais serão transformados em reservatório ou lagos artificiais, o que ocasiona a perda de suas casas e a busca por serviço em outras cidades ou até mesmo desemprego.

O segundo, retrata o aumento da pobreza, pois a população deslocada migra e sem garantia que terá um lar ou emprego. Nasce, o que as autoras delimitam de "aglomerados humanos de exclusão". Já o terceiro ponto relata as perdas sociais de suas raízes, ou seja, a perda da cultura e da sua história. Ludwig (2008, p.240) nos explica que,

O desaparecimento do lugar não apenas faz desterritorializar os sujeitos que a ele se ligam, mas representa a perda de uma cultura que, vai deixando de existir [...] a qual é decorrente da racionalidade do desenvolvimento capitalista.

O quarto ponto se destaca pelos interesses de empreendimento, ou seja, as famílias perto das barragens não terão suas necessidades sociais e econômicas supridas.

Por fim, o grande planejamento das barragens e nenhum movimento sustentável. Vainer (2004) relata que os grandes problemas das barragens são: a contaminação da água pela inundação de florestas tropicais que não foram desmatadas e que resultam em material decomposto, além dos moradores utilizarem a água contaminada para usos domésticos. São cinco fatores que apresentam como a falha de não aderir a um planejamento orientado para a sustentabilidade pode causar a natureza, aos moradores e às empresas.

A partir de 1990 as pessoas buscam por seus direitos, referente as barragens que se romperam. Vainer relata ainda que

No entanto, sucessivas experiências de deterioração social e ambiental nas regiões receptoras de grandes barragens contribuíram para um processo de politização das populações atingidas, que organizadas puderam reivindicar seus direitos. Foi nesse contexto que surgiu, já na década de 1990, o Movimento dos Atingidos por Barragens - MAB, oriundo de movimentos de resistências iniciados ainda na década de 1970, com destaque para as mobilizações sociais em torno da construção das hidrelétricas de Itaipu, Itaparica e Tucuruí. (VAINER, 2004, p.2).

A partir de então, as pessoas podem recorrer para suprir seus direitos previsto em lei. Porém, após 29 anos, as organizações continuam com muitos dilemas e desafios socioambientais. Muitas pesam o lucro acima de tudo e o planejamento para eventos futuros não é uma estratégia a ser seguida, muito menos não fazer parte da RSE. Os desafios socioambientais para as organizações contemporâneas são complexos, mas a necessidade de se refletir sobre eles no contexto comunicacional é imprescindível.

2.2 A comunicação ambiental nas organizações

A comunicação organizacional tem como objetivo planejar suas atividades e repassar informações da empresa a seus públicos e *Stakeholders*, levando em consideração os propósitos da instituição com sua missão e valores.

A comunicação organizacional deve ser trabalhada de forma eficaz para obter resultados positivos. Para Nassar, para que isso aconteça precisa-se conhecer o que é uma comunicação eficaz, sendo definida como:

Aquela que é pensada e operada como um processo, no qual o comunicador não é mero informador, mas educador. Esse processo educacional se inicia no envolvimento do comunicador no exercício de pensar o futuro da organização na qual trabalha, passa pela aprendizagem dos integrantes da empresa, principalmente a direção, em relação à administração do simbólico organizacional e se completa nas reações dos públicos diante das mensagens da empresa. (NASSAR, 2005, p. 123)

O papel da comunicação eficaz está em gerir o planejamento comunicacional para ações futuras. Desta forma, ela irá desenvolver ações a serem seguidas pela organização a fim de fortalecer seus interesses e imagem. Com base em ações comunicacionais que visam o planejamento organizacional, Margarida Kunsch destaca:

Ressalta-se, ainda, que as ações comunicativas devam ser resultantes de um processo de planejamento estratégico, fundamentado em pesquisas e precisam ser guiadas por uma filosofia e uma política de comunicação organizacional integrada que levem em conta as demandas, os interesses e as exigências dos públicos estratégicos e da sociedade (KUNSCH, 2008, p. 115)

As ações de uma instituição são voltadas para atingir seu público estratégico. Nesse sentido, cabe mencionar que o mundo está mais consciente com as questões sustentáveis, por isso, que é de suma importância levar em consideração fatores como estes no planejamento da comunicação organizacional. Portanto, devem ser levadas com seriedade pela empresa, pois uma das demandas do público é o cuidado com o meio ambiente.

Essas ações podem ser realizadas com o público interno e externo, servindo para dialogar, informar e conscientizar os públicos. A partir da Revolução Industrial, em todo o mundo, houve uma crescente aceleração no consumo dos recursos

naturais, os quais foram explorados de forma desordenada, provocando um resultado negativo ao meio ambiente e ao homem (NASCIMENTO, 2008). Com isso, a gestão irá gerar satisfação dos públicos em levar em consideração os seus interesses.

Para que a comunicação ambiental possa cumprir seu papel de forma eficaz, é preciso que gestores levem em consideração aspectos como à cultura, a ética, o planejamento estratégico, a responsabilidade social e a economia globalizada, integrando-os à comunicação, uma vez que devem fazer parte dos objetivos do grupo gestor e da organização (BRINGMANN et al, 2017).

Sem levar em conta esses fatores, não há como realizar uma gestão ambiental eficaz, já que é necessário um estudo sobre a cultura de uma empresa,

Ao evidenciar o planejamento organizacional no âmbito interno, Gonzaga observa que

A comunicação dos princípios e ações internas da organização configura-se como uma ferramenta de educação ambiental junto aos colaboradores e clientes, incentivando a adoção de práticas sustentáveis e propiciando uma imagem empresarial positiva (GONZAGA, 2005, p. 3)

Assim, o primeiro passo a ser tomado antes de se colocar em prática ações voltadas para o público externo, é conscientizar as pessoas que trabalham para essa organização. Serão eles os percussores do movimento sustentável. A partir deles que serão realizados e desenvolvidos trabalhos orientados para a comunicação ambiental.

Somente após essas etapas é que se pode visualizar dentro de uma instituição a responsabilidade social a partir de ações sustentáveis. Ao mesmo tempo, a comunicação ambiental tem diversos caminhos, já que seu trabalho é amplo. Para Cox (2009),

a comunicação ambiental é um “campo multidisciplinar” de estudos e práticas ou maneiras de influenciar a vida diária na mídia, nos negócios, nos assuntos de governo e na sociedade civil. É uma concepção abrangente, que pode ser vinculada à perspectiva de interface. (COX, 2009)

Por isso, ela deve ser trabalhada cautelosamente. O seu poder dentro da mídia e da sociedade é grande e de muita relevância. De acordo com Moura (2002, p.3):

uma vez que a gestão ambiental se fundamenta em um conjunto de medidas e procedimentos bem definidos que, se adequadamente aplicados, permitem controlar os impactos incorporados por um empreendimento sobre o meio ambiente, é fundamental que se perceba como se desenvolvem as atividades administrativas e operacionais da organização, para abordar os problemas ambientais decorrentes de sua atuação ou para evitar que eles ocorram no futuro através de uma comunicação eficiente. No entanto, se entende que o desafio para estabelecer uma comunicação adequada, que venha ao encontro da preservação do planeta, é importante que sejam considerados diferentes fatores como o público ao qual está sendo dirigida a mensagem.

O planejamento deve seguir um caminho, ou seja, a comunicação deve ser dirigida (aquela que determina o destinatário das informações). Escolher um público o qual focar pode facilitar o trabalho, sendo assim, o retorno ou feedback pode se constituir mais rapidamente.

Deve-se levar em conta que nem tudo que é apresentado pelas empresas é realizado pelo simples motivo que ela optou por preservar o meio ambiente. O que faz as empresas terem esse olhar é a questão de continuarem no mercado e se tornarem competitivas.

O lucro é o verdadeiro objetivo de toda e qualquer organização, sendo ela nacional ou internacional. Porém, como elas dependem da aprovação da sociedade, elas buscam se enquadrar em seus objetivos. Hoje esses objetivos estão voltados para a preservação dos recursos naturais do planeta. As pessoas estão mais conscientes, por conta disso, exigem que as empresas não atinjam tanto a natureza, ou que desenvolvam ações que possam suprir o que ela retirou sem causar danos.

Essa tem sido uma das motivações pela qual adotam a comunicação ambiental. Um exemplo interessante a observar é a NBR 14.001 (2015) (Sistema de Gestão Ambiental), que apresenta a descrição da comunicação interna e externa no ramo turístico e de hospedagem (a forma como será realizada). Segundo a ABNT:

Os meios de hospedagem devem estabelecer, implementar e manter processo (s) necessário (s) para comunicações internas e externas pertinentes para o sistema de gestão ambiental, incluindo: sobre o que comunicar; quando comunicar; com quem comunicar e como comunicar. (ABNT, 2015).

Esse exemplo serve como forma de incentivo para outras empresas e até mesmo pessoas aderirem a responsabilidade social. Dentro desse processo existem diversas formas de comunicação que podem ser seguidas. Assim, a NBR 15.401

também estabelece as diferentes formas de comunicação para a gestão da sustentabilidade.

No sentido de fornecer subsídios a esses empreendimentos turísticos para estabelecer a comunicação e engajamento, a NBR 15401 apresenta diferentes exemplos a serem analisados e adotados nesses serviços:

Sensibilizar o cliente no site, sistema de reserva, check-in, na unidade habitacional, em áreas sociais, por meio de informações verbais, display, placa, folder ou manual;
 Realizar ações de educação com a comunidade local, como visita às instalações do meio de hospedagem, palestras, concursos, divulgação das práticas adotadas nos meios de comunicação locais (jornais, rádio etc.);
 Capacitar os colaboradores por meio de reuniões, oficinas, cursos, palestras, seminários, congressos, programas de voluntariado, entre outros;
 Realizar ações conjuntas com outros meios de hospedagem e outros atores para desenvolvimento sustentável do destino, como compras coletivas, coleta de resíduos, atividades sociais, entre outras;
 Sensibilizar e estimular fornecedores a implementar práticas sustentáveis de produção e fornecimento, através de reuniões, palestras, informativos etc. (ABNT, 2014).

Essas ações podem ser aderidas pelas organizações como forma de desenvolverem planejamento e ações de desenvolvimento sustentável. A maneira como ela irá investir ou conscientizar seu público interno e externo só depende do seu processo de gestão ambiental. Cabe salientar que a empresa desenvolve suas ações, pois cada uma apresenta objetivos e limitações distintas.

Segundo a NBR 14063, as seguintes perguntas poderiam nortear uma estratégia de comunicação ambiental:

Por que a organização está se engajando em comunicação ambiental e quais são seus propósitos? Quais as questões e impactos ambientais pertinentes da organização? Quais são as principais questões a serem abordadas, mensagens a serem transmitidas e técnicas de comunicação, abordagens, ferramentas e canais a serem usados? Quanto tempo é necessário para implantar a estratégia? Como a estratégia envolverá e coordenará os gerentes ambientais, partes interessadas, indivíduos responsáveis pelas questões ambientais e os indivíduos responsáveis pela comunicação interna e externa da organização? Quais as fronteiras locais, regionais, nacionais e internacionais para a estratégia? (ABNT, 2009, p. 4)

Com a comunicação ambiental a empresa apresentará valor em seu trabalho. Quanto maior for o planejamento, mais qualificada a empresa estará para desenvolver seu trabalho de comunicação ambiental, além de, efetivamente, contribuir para diminuir os impactos ambientais causados pelo homem.

Portanto, a comunicação ambiental pode ser definida por meio de objetivos e metas:

Objetivo: Obter aceitação para uma mudança significativa em uma instalação com base em debates com a comunidade. Metas: 1. Alcançar 90% das residências pertencentes à comunidade do entorno com a brochura que explica a mudança e os impactos ambientais; 2. Alcançar 75% de aceitação em uma pesquisa junto à comunidade; 3. Concluir o esforço de comunicação três meses antes do início da mudança proposta (ABNT, 2009, p. 8).

A comunicação ambiental auxilia no processo de planejamento de ações futuras, por exemplo. Outras atividades também estão presentes na área da comunicação ambiental, e são chamadas de princípios, pelo especialista Robert Cox (2007) que destaca os quatro princípios para a comunicação ambiental.

O primeiro é a procura por desenvolver habilidades na sociedade, deixando claro as questões ambientais e humanas, uma forma de respostas aos questionamentos que surjam a partir das atividades da empresa e sua relação com o ecossistema de entorno.

Já o segundo aborda a informação orientada a governo e aos órgãos científicos, referentes às decisões tomadas como forma de transparência, auxiliando de certa forma, a comunidade que poderá vir a ser atingida por algum desastre ambiental, especialmente a partir de um olhar governamental e científico sobre o tema.

Em terceiro, estão as experiências geradas pelo conhecimento individual ou coletivo, como forma de compartilhar com o público interno, para de certo modo apresentar o que deu certo e como continuar a realizá-lo. Uma maneira de ouvir e incentivar os funcionários, além de os engajar junto à empresa na questão sustentável.

Por fim, envolver os educadores como professores junto aos seus alunos para criarem uma reflexão e uma análise crítica sobre assuntos relacionados ao meio ambiente, além da ética que envolve os aspectos ambientais, levando um retorno para a empresa como forma de melhorar o seu trabalho de gestão ambiental.

Outra forma de se trabalhar a comunicação ambiental é inserir a discussão em projeto de responsabilidade social, onde as ferramentas da comunicação ambiental destacadas pelo ISO 1406 (International Organization for Standardization), contribuem para reforçar o olhar comunicacional para as normas criadas para

empresas praticarem a gestão ambiental. Algumas ferramentas de da comunicação escrita podem ser amplamente utilizadas, como

Sites da internet – meio de comunicação eletrônico, acessível a todas as partes internas e externas online.
 Relatórios ambientais ou de sustentabilidade – apresentações abrangentes dos compromissos e do desempenho de uma gama de questões-chave.
 Material impresso – relatórios ou brochuras para um breve resumo da planta ou o projeto de interesse específico, questões-chave e como as pessoas podem participar.
 Cartazes e quadros – descrições de um projeto, ressaltando questões, sendo afixados em locais públicos.
 Mídia: artigos em jornais – explicam as características de uma unidade ou de um projeto.
 Reuniões públicas – forma de apresentar informação e trocar ideias. Tratam de uma agenda específica ou aspecto de um projeto.
 Acordo de sustentabilidade – um acordo obtido entre uma organização e uma comunidade para um comprometimento mútuo com o desenvolvimento sustentável. (ABNT...)

Nessa perspectiva, Maria Cristina Alfieri (2010), diretora editorial da revista Business, afirma que o grande desafio dos comunicadores é o de mudar o foco de uma comunicação majoritariamente ambiental para uma comunicação 360° em que se conheça tudo sobre responsabilidade social corporativa que impacta as atividades empresariais. Para ela, responsabilidade social corporativa (RSC) significa estar atento a todos os stakeholders, com ênfase ao contexto ambiental, mas também ao social.

As práticas devem ser aderidas e de conhecimento de todos. Nesse sentido, o equilíbrio ambiental é o de equacionar interesses individuais com a responsabilidade socioambiental.

2.3 Perspectivas da comunicação ambiental a partir das relações públicas

Com o aumento dos problemas ambientais no mundo, ocasionados pela atividade empresarial, os objetivos empresariais se adaptam ao novo cenário organizacional. Assim, o lucro já não é mais somente o valor primordial definido por uma organização. Apesar do lucro ser necessário para manter as ações dentro e fora da empresa, é preciso ter um olhar cuidadoso com o meio ambiente e social.

Essa consciência surge, especialmente, da situação em que a natureza se encontra, ou seja, de sucessivos danos causados a ela pelas companhias.

O Relações Públicas, nesse sentido, é um agente de comunicação que podem contribuir com as estratégias ambientais a serem utilizadas, pesquisando, planejando, executando e avaliando. Além de levar em consideração os valores e objetivos de cada companhia, o profissional de Relações Públicas trabalha com o público externo (clientes) e interno (funcionários). Como destaca Grunig:

No nível gerencial, os profissionais de Relações Públicas elaboram programas de comunicação para se comunicar com os públicos, ao passo que os profissionais de Marketing elaboram programas de comunicação para se comunicar com mercados. (GRUNIG, 2009, p.29)

Conseqüentemente, ele exercerá atividades de gerenciamento de comunicação. Ferrari apresenta outras atividades realizadas pelo profissional de Relações Públicas dentro das organizações. Segundo ele:

Cabe às relações públicas estabelecer metas e estratégias de relacionamento para que ele seja um vínculo positivo entre organização e seus públicos. Portanto ela é vista pelas organizações como estratégia que agrega valor à organização, em vez de utilizá-la apenas como instrumento de reativo em tempos de crise (FERRARI, 2009, p.26)

Levar em consideração a opinião do público sobre a empresa, é uma forma de apresentar que a instituição se importa com ele, mas também é uma vantagem para a companhia, já que estará mais próxima as pessoas e terá conhecimentos do que está acontecendo ao seu redor.

Mais uma ferramenta utilizada pelo profissional de comunicação são os relatórios de Sustentabilidade Analisados (BUSO, 2010). Esses relatórios servem para analisar a posição da organização em meio ao mercado. Pois, as pessoas querem informação, saber o que está acontecendo e o que está sendo feito.

A transparência é a melhor maneira de uma empresa se mostrar presente e próxima da sua comunidade. Grunig (2009) constatou que o gerenciamento estratégico das relações públicas enfatiza as modalidades de comunicação de mão dupla que confere aos públicos uma voz nos processos decisórios e facilita o diálogo entre a administração e os públicos, antes e depois de uma tomada de decisão.

Dessa forma o público fica informado e o Relações Públicas pode saber quais são as exigências dos públicos e dos *stakeholders* para a organização em relação ao tema da responsabilidade social a partir dos padrões ambientais.

Esses grupos ou pessoas ao fazerem parte de pesquisas, observações ou diálogos, podem antecipar e proteger ecossistemas de possíveis crises.

Portanto, o profissional de Relações Públicas tem suma importância nesse sentido. A partir da visão de Kunsch:

[...] lidam basicamente com as relações de poder dentro das organizações e com a administração de controvérsias, confrontações, crises e conflitos sociais que acontecem no ambiente do qual fazem parte”, objetivam “a cooperação mútua entre as partes [...] (KUNSCH, 2003, p. 109)

Ações como o Relatório de Sustentabilidade e programas desenvolvidos pelas organizações para proteger a biodiversidade demonstram o caráter social e ambiental que as instituições possuem. Segundo Buso,

“À medida que a comunicação busca a sustentabilidade, esta passa a ser valor agregado para a organização, motivando seus colaboradores e propondo relações dialogais com seus stakeholders para comunicar o que, de fato, está sendo feito pela sustentabilidade, desde as ações corriqueiras da organização até projetos de investimento privado”. (BUSO, 2010, p. 63).

Ressalta-se que no tempo presente as pessoas são rodeadas de informação, sendo que a todo momento elas ficam a par do que está acontecendo no mundo e na sua localidade. No entanto, a tecnologia traz consigo algumas consequências, como por exemplo, as notícias falsas. E ao atrelar crises do meio ambiente as notícias falsas, o resultado, nesse contexto, é a geração de uma crise. Berna citada por Bueno nos apresenta as consequências de uma informação falsa:

A simples veiculação de informação ambiental desassociada de um compromisso com a cidadania crítica e participativa como defende a educação ambiental, ao contrário de estimular uma revisão de valores, pode aumentar a velocidade do saque aos recursos do Planeta, uma espécie de ética distorcida [...] (BERNA, 2007 apud BUENO, 2007, p. 157)

Assim, quanto maior for o conhecimento interno sobre o que está acontecendo e o que não está, teremos menos chances de notícias falsas prosperarem dentro e fora de uma organização. Mas para que isso seja possível, o papel do comunicador deve estar presente.

Nesse sentido, Grunig destaca o real motivo do Relações Públicas na organização, pois ele acredita que esse profissional é “um ativo intangível que

agrega valor monetário e não monetário a uma organização” (GRUNIG, 2009, p. 100). O valor passado para a sociedade é que mantém uma empresa viva.

Outro ponto importante de destaque é a ética do profissional. Ao unir organização e público, a moral deve estar presente. Segundo Budd:

as relações públicas devem ser os mecanismos que incorporam questões de ética e responsabilidade ao processo de decisão organizacional. Sendo assim, a problematização que se instaura é se uma estrutura ética garante o equilíbrio entre os interesses da própria organização com os interesses de seus públicos, da sociedade, do profissional de relações públicas e do exercício da profissão. (BUDD 1992 apud GRUNIG, 2009, p. 105)

Toda ação realizada deve se basear na ética profissional dentro e fora da organização. O conhecimento moral é fundamental para um bom trabalho de comunicação dentro da empresa.

3 GESTÃO COMUNICACIONAL E GERENCIAMENTO DE CRISE

A partir da comunicação, é que se busca elementos para o gerenciamento de uma crise. Portanto, buscamos nesse capítulo compreender a perspectiva da comunicação no gerenciamento de crise. Além disso, buscaremos abordar formas comunicacionais de agir em tempos de crise ambiental.

3.1 A comunicação na gestão de crise

A comunicação está presente em todos os momentos do cotidiano da vida das pessoas. No contexto organizacional, o papel da comunicação é desempenhar um planejamento para o presente e o futuro da organização.

A comunicação é responsável por construir um posicionamento institucional da organização, a partir da sua imagem corporativa. Para Riel e Fombrun (2007), em todas as organizações - pequenas ou grandes - a comunicação flui em muitos sentidos, seja interna ou externamente; horizontal ou vertical; formal ou informal, porém, deve-se atentar que nem toda comunicação existente no espaço corporativo está relacionada ou foi pensada para contribuir para o desenvolvimento da empresa, um exemplo disso é ouvir seu funcionário para não ser apenas uma pessoa dentro da empresa, pois ele é uma das figuras importante que a compõe.

Entretanto, se não for bem conduzida, ela pode de alguma forma, afetar a imagem, reputação e marca da corporação. As organizações são como redes com pessoas que se comunicam entre si e a comunicação – enquanto atividade - é como o coração que mantém vivo o desenvolvimento organizacional.

Para Lukazewksi (p. 149), a comunicação organizacional orientada para a gestão de crise deve estar pautada em aspectos como a consistência, coerência, precisão e rapidez. O referido autor valoriza, acima de tudo, a capacidade de resposta, a abertura, a preocupação, o respeito, a cooperação, a responsabilidade, a integridade, a compaixão, a generosidade e a honestidade de uma organização para com seus públicos. É nesse sentido também que

A Comunicação Organizacional precisa ser entendida de forma ampla e abrangente. Pode-se dizer que é uma disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações e todo o seu contexto político, econômico e social. Como fenômeno inerente à natureza das organizações e aos agrupamentos de pessoas que a integram, a

Comunicação Organizacional envolve os processos comunicativos e todos os seus elementos constitutivos. Nesse contexto faz-se necessário ver a comunicação inserida nos processos simbólicos e com foco nos significados dos agentes envolvidos, dos relacionamentos interpessoais e grupais, valorizando as práticas comunicativas cotidianas e as interações nas suas mais diversas formas de manifestação e construção social. (KUNSCH, 2011, p. 54)

A comunicação é mais do que um setor para relacionamento entre a empresa e o público. Ela contribui de forma significativa com a organização para o seu andamento interno, além de desenvolver um planejamento de possíveis acontecimentos ambientais futuros. Ou seja, ela previne, transforma, relaciona, interage e contribui para um ambiente e uma equipe mais harmoniosa, junto aos interesses globais e locais.

Nessa perspectiva, construir um plano de ação para possíveis crises ambientais, econômicas ou sociais, é de suma importância, porém, não as evita, já que é impossível presumir os fatores que poderão colocar as atividades de uma organização em risco. Ao enfatizar a comunicação ambiental Berna apud Bueno, explica que

a comunicação ambiental não é um instrumento neutro na medida em que pode estar tanto a serviço de indivíduos empenhados na defesa do meio ambiente quanto a serviço de interesses corporativos que tentam passar uma imagem de compromisso com o meio ambiente. Permeia-se, assim, uma conduta ética de profissionais que atuam na comunicação da sustentabilidade a fim de que os discursos proferidos, por meio de ferramentas de comunicação ou por meio de informações, não beirem a descredibilidade. (BERNA apud BUENO, 2007, p. 154)

Toda organização necessita de um profissional da área de comunicação, pois, segundo Frombrun (citado por Riel e Frombrun, 2007, p.41), a reputação é o resultado do relacionamento de imagens que a organização desenvolve em quatro específicos domínios – “the product domain, the social domain, the financial domain and the employment domain” (o domínio do produto, o domínio social, o domínio financeiro e o domínio do emprego). Nesse sentido, a imagem é um importante elemento a ser considerado, já que nenhuma empresa sobrevive apenas de lucro.

No mundo atual, uma imagem construída por um escândalo ou uma crise faz com que a organização perca milhões em investimentos, além de credibilidade. A reputação da mesma forma, construída por meio de estratégia e planejamento institucional, pode rapidamente ser perdida. Por conta disso, a comunicação

corporativa (comunicação realizada pelo profissional de Relações Públicas), deve estar presente e ativa.

A comunicação de crise, realizada pelo profissional da área, é a forma como uma empresa irá lidar com imprevistos como crises ambientais, econômicas e sociais. Nesse sentido deve estar alinhada com a comunicação estratégica que serve para interligar a organização e o público.

O termo Comunicação Estratégica funciona como uma estrutura que unifica e analisa as comunicações de uma organização, por quatro fatores: a) as disciplinas de comunicação estão cada vez mais sendo redefinidas e a ideia de diferenciar as atividades estão desaparecendo rapidamente; b) a comunicação está sendo fortemente impactada e impulsionada pelas mudanças tecnológicas e pode-se falar que a tecnologia está convergindo nos meios de comunicação; c) são muitos os métodos que a comunicação utiliza para atingir os stakeholders, entretanto, cada vez mais são questionáveis se os efeitos da comunicação na audiência podem ser mensurados; d) é a comunicação estratégica que se vale da influência intencional por meio da comunicação para atingir os objetivos da organização. (HALLAHAN, 2007, p.33)

Com essa interligação, a comunicação desenvolve seu papel, informando e construindo relacionamento com seus *stakeholders*. Um outro fator que chama atenção é a velocidade do avanço tecnológico que influencia diretamente na organização. A internet pode ser uma aliada como também uma vilã em questões de crise corporativa. A mídia social digital deve estar sempre alimentada com informações para se evitar mais problemas, já que a comunidade exige respostas como Hallahan (2007) menciona acima.

Este profissional se encarregará do gerenciamento de crise. Visto que, existem várias definições de crises e impactos como relata Lerbinger:

As definições formais de uma crise contém uma combinação dos seguintes elementos: o evento é repentino; inesperado e indesejado; decisões precisam serem tomadas imediatamente; é um evento de pouca probabilidade de acontecer, mas com grande impacto; ele tem uma causa, efeito e resolução ambíguas, ele interrompe as operações normais de uma organização; ele atrapalha os objetivos prioritários e ameaça a lucratividade, crescimento e sobrevivência da empresa; pode causar danos irreparáveis e degeneração da situação se nenhuma ação for tomada; ela cria sofrimentos psicológicos. (LERBINGER, 1997, p.23)

Uma crise pode não ser apenas institucional, mas interna. Qualquer problema que acontece dentro ou fora, reflete diretamente no andamento das atividades de

uma organização. Porém, ela pode ser evitada com o planejamento e ações preventivas.

Além da imagem, outras perdas são evidentes em uma organização que passa por uma crise, como a reputação e imagem perante os seus *stakeholders*, acionistas, funcionários, colaboradores, imprensa, que está sempre de olho no que está acontecendo, entre outros. No ambiente interno, por exemplo, as emoções florescem de forma que incapacitam a razão destes envolvidos, dificultando ações racionais que poderiam evitar ou resolver o problema quando ele ocorre (FEARN-BANKS, 2007).

Por isso, se reestabelecer após uma crise de imagem não é algo fácil. Mas para melhor desenvolver a gestão de crise, deve-se compreender qual tipo de crise que se está lidando.

A partir dessa compreensão é possível perceber que existem distintos tipos de crise a serem consideradas, como crises no mundo físico, crises naturais (desastres naturais) e crises tecnológicas (manipular a ponto de causar defeito tecnológico); crises de clima humano: crises de confronto (conflito de interesses de ambas as partes, como uma ONG para o Estado), crises de malevolência (grupo de pessoas ou empresas cometem algum ato imoral), e crises de distorção de valores administrativos (prioriza apenas uma parte e não a outra); e crise de falha administrativa: crises de decepção (diferença entre o que está exposto e o que realmente a comunidade quer) e de má administração (atos ilegais cometido pelos gestores) (OLIVEIRA, 2007).

Como mencionado acima, existem vários tipos de crises, cada uma com suas particularidades. Uma organização que sabe lidar com o imprevisto, pode não só recuperar a sua imagem, mas como também fortalecer os laços com a sociedade e firmar sua credibilidade perante seus públicos.

Já aquela organização que não possui preparo e muito menos condições de reverter a situação de crise, ficará afetada por toda a sua existência, mesmo passado anos após o ocorrido. Nesse sentido, a estratégia comunicacional é fundamental, além de ações de comunicação bem gerenciadas. Esse é um dos trabalhos realizados pelo comunicador e pelo profissional de Relações Públicas.

As reações às crises são parte de um diálogo contínuo entre as organizações e os *Stakeholders*. Assim, é essencial a busca por um entendimento completo do processo de gerenciamento de crise (e

prevenção) e a influência dos *Stakeholders* na administração destas situações. (CARVALHO, 2004).

Nos dois exemplos anteriormente citados, pode-se observar duas realidades diferentes: a de uma organização bem preparada e outra que não encontra razões e planejamento para um gerenciamento de crises. Jorge detalha os distintos posicionamentos que podem assumir as organizações nesse sentido.

Enquanto a primeira é inerente às organizações mais burocráticas, que não veem a mudança de forma natural e que têm mais dificuldades em aprender com os erros, acabando por repetir o seu comportamento, mesmo quando este se torna disfuncional e ele próprio capaz de gerar crises e dificultar a sua resolução, na segunda, a organização aprende quando reflete criticamente e altera o seu comportamento de forma a evitar ou a memorizar problemas (JORGE, 2010, p.46).

Gerenciar uma crise de imagem é mais do que a imagem em si, outros aspectos estão contidos nesse meio como a ética da organização, valores e os protocolos. É na gestão que a organização apresenta não só a preocupação com o seu público, mas sim, apresenta como ela lida com os imprevistos.

Portanto, a comunicação de risco, assim como a de crise, é fundamental, pois ela se utiliza de várias ferramentas e meios. A comunicação de risco deve estar atenta a informação, mensagem, veículos de comunicação e o uso da internet como seu aliado.

As mídias sociais digitais são uma contribuinte para o agravamento de algumas crises. São elas que vão apresentar a realidade ou aumentar a reverberação dos fatos, gerando um problema maior para a companhia. Notícias falsas não atingem apenas a comunidade, como também os *stakeholders* e os colaboradores. Alguns autores apresentam suas visões sobre os riscos causados pela internet. Mateus Furlanetto de Oliveira diz que:

Se, por um lado, a internet, tornou-se uma das maiores aliadas da comunicação em momentos de crise, pois é um meio de divulgação de informação da empresa que não passa por nenhum filtro, ou seja, a informação está disponível da maneira como a empresa a elaborou, por outro, as mídias sociais, tais como blogs, wikis, podcasts, YouTube, Orkut, entre outras, permitam ao cidadão comum a possibilidade divulgar na rede relatos, histórias, vídeo e campanhas contra qualquer empresa que ele tenha flagrada algum tipo de atuação suspeita ou pela qual tenha se sentido lesado, prejudicado, podendo, com isso, gerar o início de uma crise para qualquer empresa. (OLIVEIRA, 2007, p. 169)

A internet tem sido considerada um dos maiores desenvolvimentos tecnológicos da humanidade. Mendes relata como os recursos tecnológicos são utilizados dentro da comunicação e como são ferramentas importantes para a atuação na área.

Um conjunto de recursos tecnológicos que, se estiverem integrados entre si, podem proporcionar uma automação e/ou a comunicação de vários tipos de processos existentes nos negócios, no ensino e nas pesquisas científicas, na área bancária, financeira e etc. Ou seja, são tecnologias realizadas para reunir, distribuir e compartilhar informações, como exemplo: sites da Web, equipamentos de informática (hardware e software), telefonias, quiosques de informações e balcões de serviços automatizados. (MENDES, 2008)

Com a utilização da internet, o caminho da informação se torna mais curto, mas também gerador de muitos ruídos, como as fake news. Carolina Terra declara que a “comunicação digital e seus conteúdos, que ocorrem exclusivamente no ambiente tecnológico e se utilizam de ferramentas colaborativas, promovem trocas, interações, relações de sociabilidade dentro de um contexto social existente e algumas vezes determinante” (TERRA, 2010, p. 128).

O fluxo de comunicação a partir de bases tecnológicas está acontecendo dentro do ambiente empresarial. Carolina Terra relata ainda que “não há hoje órgão produtivo que não esteja, diretamente ou indiretamente, vinculado a algum tipo de relação de comunicação digital. (Terra, 2010, p.128). Com a mídia digital, o fluxo entre a informação e o público se tornou mais eficiente, pois com ela, as empresas conseguem suprir as necessidades de informação e conseguem passar um *feedback*.

A comunicação digital possibilitou então, que os fluxos informacionais se propagassem ao longo de uma rede complexa, e não de maneira linear, contribuindo para que os públicos atingidos, que anteriormente eram apenas receptores, passaram a partir de um dado momento a poder reproduzir e modificar a informação recebida e emitindo uma nova concepção sobre aquilo que lhe era direcionado. (TERRA, 2010).

Com esses avanços pode-se destacar duas Webs, a 1.0 e a 2.0. Ambas fazem parte da evolução tecnológica, porém, a 2.0 apresenta as mídias sociais e facilita a comunicação entre os usuários, enquanto a 1.0 era restrita a apenas

algumas necessidades, como blogs, internet. Isso significa a importância que a tecnologia tem sobre as organizações e o salto que deu em pouco tempo.

Desta maneira, a comunicação deve utilizar deste meio como forma de interagir com o público e apresentar as informações pertinentes a cada grupo. Isso significa que o consumidor deixará de assistir para participar ativamente do dia a dia das organizações. Como forma de prevenção de crise empresarial, cada organização deve rever suas estratégias.

Esse enfoque se dá pelo fato de que a mídia atual passa as informações dos acontecimentos da empresa para o público, o que faz com que seja vista de forma negativa pela organização, pois segundo Nassar:

Detectar novos públicos, analisar, definir os seus perfis, as suas demandas e tendências, e se comunicar com eles por meio das mídias disponíveis são as grandes tarefas de uma comunicação social preocupada com sua eficiência e com o bolso de quem paga os salários dos colaboradores, investe em pesquisas e produtos e bonifica acionistas. (NASSAR, 2004, p.128)

Portanto, as organizações devem estar preparadas para qualquer imprevisto. A perspectiva de pensar a comunicação em tempos de crise deve seguir um plano, uma estratégia, deve prever uma ação para amenizar a crise. Conforme Lampreia relata, deve haver uma equipe especializada em crise e sempre atenta ao ambiente organizacional

A equipa de gestão de crise é uma equipe que deve estar previamente formada, ou seja, esta deve estar constituída antes de uma crise despoletar a par do manual de gestão de crise. Habitualmente os elementos que constituem esta equipe são profissionais com conhecimento acerca das várias áreas da organização e que estão preparados para atuar numa situação de crise, como por exemplo um porta-voz da organização, um jurista e um chefe e subchefe de toda a equipa (LAMPREIA, 2007 p. 22)

Outro ponto a destacar são as informações em meio à crise. A comunicação em momentos de crise deve se voltar para a comunicação *online* e *offline*.

As estratégias utilizadas nesse momento variam de organização para organização, porém, não pode se ausentar do contexto de responsabilidade. Uma das falhas mais comuns é a negação. Negar a crise ou negar uma falha em algum setor da empresa, não é uma boa opção. O público quer a verdade, informações e veracidade nos fatos. Vitimizar-se, fugir das responsabilidades, são fatores que não devem acompanhar organizações que trabalham com gestão de crise.

Mas, aceitar que ocorreu uma falha, tentar corrigir o ato falho, tentar diminuir a crise nas mídias sociais e apresentar respostas coerentes, são fatores a serem seguidos. Nesse sentido, ferramentas específicas podem ser utilizadas. A Teoria Situacional de Comunicação de Crise (TSCC) pode ser um caminho:

a Teoria da Reparação da Imagem não oferece uma ligação conceptual entre as estratégias de resposta à crise e os elementos da situação de crise. A TSCC baseia-se nas estratégias de resposta à crise articuladas na Teoria da Reparação da Imagem através da integração destas estratégias dentro de um sistema que prevê como os públicos vão reagir a uma crise e as estratégias de resposta à crise usadas para gerir a crise” (COOMBS, 2007, p. 171).

A imagem, reputação e credibilidade de uma organização é essencial para a sua sobrevivência. Portanto não fechar os olhos para ela, é um bom começo. Estar sempre atento aos mínimos detalhes que possam causar algum tipo de crise contando com uma equipe especializada, é um bom começo.

O início de uma crise nunca será fácil para uma organização, mas tendo as ações corretas é possível revertê-la. As organizações devem considerar questões como a legislação e as normas vigentes, pois deve mostrar o seu lado de responsabilidade socioambiental, assim, fazendo com que o impacto da crise se torne menos intensa.

A auditoria de vulnerabilidade serve para que se perceba quando ocorrerá uma crise. Implantar na rotina de uma empresa em alguns setores, uma análise que possa verificar se há algum risco de uma futura crise. Um meio estratégico para se evitar problemas futuros, além de tragédias que afetem ao meio ambiente, famílias e até mesmo a empresa.

Mas quando a crise já está instalada, fechar os olhos não é a melhor solução. A melhor forma é organizar um comitê de crise, pois é ele quem vai unir diversos profissionais de diversas áreas a fim de gerenciar a crise.

Assim, o comitê de crise é organizado pelos profissionais de diversas Áreas como: Representantes do Departamento de Comunicação e/ou assessoria de imprensa; Assessor jurídico; diretoria relacionada à área afetada; responsável pela área envolvida na crise, como consta no “Manual de gestão de crise”.

Cada pessoa será encarregada de uma função, no caso o líder irá comandar os trabalhos, convocar reuniões, distribuir tarefas, unificar discursos, tomar decisões. Como também será o porta-voz do problema, junto ao responsável de comunicação

que ficará no cargo de assessor, comunicando fatos e informações para o público. Esta pessoa vai sanar dúvidas e repassar informações. Nesse sentido, o responsável de comunicação pode

- 1) Atuar rapidamente para apurar e controlar as informações;
 - 2) Definir o posicionamento da instituição e lidar com todos os públicos envolvidos, garantindo a distribuição das informações;
 - 3) Controlar o fluxo de informações até que o problema seja solucionado e esclarecido, acompanhando e analisando a cobertura da imprensa;
 - 4) Definir funções dos participantes do comitê;
- Eleger um líder para o comitê;
Escolher o porta-voz da crise;
Assumir compromisso com a veracidade dos fatos e divulgar as ocorrências;
Acompanhar e analisar a repercussão de notícias. (UDESC,2004, p.7)

O comitê poderá se adequar ao nível da crise, podendo ser modificado de caso a caso. Agindo de forma rápida e precisa. Quando uma crise se instala deve-se agir corretamente. Para isso, o primeiro passo é acionar o comitê de crise e o setor de comunicação. Nesse sentido, é muito importante passar notas de esclarecimento rapidamente e não deixar esperar para semanas após o ocorrido, ou seja, responder sempre rapidamente de forma clara e objetiva. E sempre manter o contato com os jornalistas e a imprensa.

Estar próximo a mídia, é sempre satisfatório para um momento delicado como o de uma crise. Além das mídias e do público externo, os funcionários são muito importantes neste processo. É de suma importância que o público interno esteja consciente do que se passa em sua organização.

Após isso, sempre estabelecer locais para entrevistas, pois em uma crise existe o antes, durante e pós. Por conta disso, notícias sempre serão renovadas a cada hora ou a cada dia, por isso, deve-se apresentar para a mídia, que é o veículo que estará diretamente voltada para o acontecimento, além de ser um meio poderoso que pode ajudar positivamente a organização ou piorar a imagem da mesma.

O porta-voz que ficará com a responsabilidade de falar com a imprensa, ou seja, os jornalistas, deve ser claro, sem utilizar termos complicados, pois a entrevista vai para a mídia e conseqüentemente para a sociedade. É importante que o assessor de comunicação seja educado, preciso, sem ser arrogante, que priorize passar as devidas informações sem apresentar nenhum documento confidencial da empresa. É importante não se confrontar com os jornalistas, sempre tendo a

certeza do que o jornalista perguntou. Caso contrário pedir que repita e não utilizar termos com “Nada a declarar”, isso causa descredibilidade e arrogância. Todas essas questões são essenciais para não complicar ainda mais a imagem de uma organização, a tarefa é diminuir o peso da crise e não a aumentar.

Existem instrumentos fundamentais que serão definidos pelo próprio comitê. Eles servem para auxiliar e encurtar a linha de chegada até os receptores como: Releases; Notas oficiais; E-mails; Reuniões; Jornal-mural; Intranet; Site; Mídias sociais como Facebook e Twitter.

Em uma crise não há tempo para mais tarde, as ações devem ser realizadas na hora e enquanto ela durar. A forma como a organização deve lidar com o público enquanto há existência da crise, varia de público para público. No artigo “Manual de Gestão de crise”, apresenta-se a forma como deve-se lidar com cada público.

Servidores - Devem ser orientados sobre como agir caso sejam abordados pela imprensa ou público;
 Alunos – O atendimento deve ser mantido. Se houver interrupção no atendimento, devem ser avisados que é temporário. Se necessário, deve ser elaborado um comunicado por escrito, de acordo com o que for definido pelo Comitê de Gestão de Crises;
 Imprensa - Caso algum jornalista aborde um servidor sobre algum fato inesperado, esse servidor deve anotar o telefone do jornalista e retornar a ligação depois de receber orientações do setor de Comunicação;
 Autoridades - Devem ser comunicadas do fato e tranquilizadas pelo setor de Comunicação ou, pelo dirigente responsável por meio de comunicado oficial;
 Fornecedores – Se necessário, devem ser informados a respeito do posicionamento da instituição por meio de comunicado ou e-mail, pois o relacionamento entre as partes não deve ser afetado pela crise;
 Vítimas - Em caso de acidentes ou eventos que resultem em vítimas, deve ser desenvolvida uma estratégia especial de relacionamento com os que foram afetados e seus familiares. (UDESC, 2004, p. 10)

O total comprometimento da organização é fundamental para se amenizar uma crise. Os veículos estão cada vez mais presentes na vida das pessoas, com isso, eles têm o poder de propagar informações, além de contribuir para o aumento da crise. Portanto, a empresa deve estar atenta a qualquer acontecimento que possa vir, e tentar de todas formas diminuir o impacto da crise, com o uso de um comitê e profissionais capacitados para momentos de crise.

A comunicação por sua vez tem papel fundamental no gerenciamento de crise. Cabe a organização estabelecer, a partir de um comitê gestor e do setor de comunicação e estratégia para melhor eficácia no momento de uma crise

organizacional. E por sua vez, cabe ao profissional de Comunicação, planejar, executar, interagir e avaliar este momento.

3.2 Formas de como o profissional de relações públicas pode agir na crise

O acirramento da competição, o aumento das pressões e escassez de tempo para a realização das tarefas formam o ambiente ideal para o surgimento de crises. O resultado são empresas com ambientes de elevados níveis de estresse e mais vulneráveis a erros e crises. (PEARSON; MITROFF, 1993; LOK POWELL, 2000). Isso significa que para existir uma crise em uma organização não há necessidade de ocorrer algo externo a ela.

Uma crise para acontecer precisa apenas de alguns minutos de distração, e esses minutos, por exemplo, podem causar um grave problema para empresa. A crise pode ocorrer de forma interna (como uma má conduta no meio ambiente) ou externa (uma notícia envolvendo o nome da companhia ou um desastre ambiental, causado pela mesma). Não há controle sobre quando e como irá acontecer, o que de fato é certo, é que um dia todas as empresas serão desafiadas pela crise.

Crises geradas a partir de desastres ambientais tem ocorrido com frequência nos dias atuais. Beck (2010) denomina essa a crise da modernidade e que está intrinsecamente ligada às relações estabelecidas entre os seres humanos e a natureza. Observa, então, uma estreita aproximação com o incentivo exacerbado do consumismo, o que leva as organizações a extraírem recursos do meio ambiente de maneira ilimitada, gerando uma série de impactos ambientais de abrangência global.

Um dossiê preparado pela revista ORGANICOM da USP, em 2016, traz reflexões de crises ambientais e de informação. Nele destaca-se que: pode-se dizer que a crise ambiental se configura como um reflexo da crise da modernidade, que resulta em uma sociedade de instabilidade e imprecisão, na qual o ambiente sofre ameaças e ameaça os sujeitos que o habita. O consumismo exagerado, a grande extração de recursos naturais, a desigualdade social, a marginalização e a pobreza são exemplos desse cenário, como demonstram Santos (2009) e Beck (2010).

Por conta disso, é necessária uma equipe especializada que possa dar auxílio neste momento às empresas. O que deve se ter em mente é uma equipe planejada e que sabe o que realizar caso aconteça uma crise. Outro fator influenciador de crise

nos ambientes empresariais é a tecnologia. A forma como as pessoas lidam com ela. Uma organização que pressiona seus funcionários a realizarem algo que eles não têm capacidade pode se tornar um problema. Segundo Lerbinger (1997, p.91), “Assim como os desastres naturais, os acidentes tecnológicos vão inevitavelmente acontecer porque eles seguem as leis das possibilidades”.

Assim como mudanças repentinas e radicais no ambiente da organização também podem causar um enfraquecimento interno ou na imagem. Os desafios ocorrem diariamente, todos os dias deve-se estar atento aos acontecimentos e a pontos que remetam a alguma mudança.

[...] a gestão de crise primeiramente não é mais uma função do departamento de Comunicação Corporativa. A gestão de crise precisa de uma custódia corporativa que assegure que planos e habilidades sejam atualizadas durante a sua organização “. (SAPRIEL, 2003, p. 348)

Por isso, a gestão de crise se faz presente nos processos administrativos atuais. Para Pearson e Clair (1998), destacado no artigo “A importância de um sistema integrado de ações na gestão de crise”, a gestão de crise está ainda sendo estudada aos poucos por conta de três fatores:

- A academia e as empresas se deram conta da necessidade de estudar o tema há pouco tempo;
- A demanda por ações imediatas, durante os períodos de crise, impede a realização de análises profundas a respeito da situação;
- As empresas não querem abrir suas feridas para que sejam estudadas por pesquisadores externos.

Esses fatores comprovam que a gestão de crise precisa ainda de investimentos e qualificação, mas pela falta de consciência das empresas, ela se torna um fator nem sempre levado em consideração, sendo que no cenário mundial ela acontece há anos.

Porém, nem tudo que ocorre na organização é sinônimo de crise. Portanto, ter conhecimento dos eventos que ocorrem na empresa é necessário para os desafios da gestão.

Em uma companhia há eventos com diversos graus de complexidade como: Crise, Incidente/emergência e problema. A crise, por sua vez, pode ter um grande impacto para ações dentro da empresa. Segundo o artigo “Manual de Gestão de Crises para Relações com Investidores Comunicação e estratégia para a

preservação de valor”, (Deloitte, 2015) a crise pode ocorrer com a sociedade, clientes, acionistas, investidores, parceiros, órgãos reguladores, poderes públicos e demais partes interessadas. E como forma de minimizar utiliza-se a gestão de crise.

Diferente do Incidente/emergência que é devido a problemas padrões que ocorrem internamente, seu processo é Gestão de Continuidade de Negócios. E por fim, problema que são situações rotineiras. Uma maneira de controlar é com a gestão de risco.

Ambas formas de gestões têm papel fundamental no cumprimento dos objetivos em uma organização. A Gestão de Risco, por sua vez, traz as diretrizes e responsabilidades, bem como orienta os processos de identificação, avaliação, tratamento, monitoramento e comunicação dos riscos pertinentes às atividades, fornecendo uma visão de riscos à tomada de decisões estratégicas da organização, como o Comissão Técnica Regional, (ABRAPP, 2015).

Outro meio de gestão é a Gestão de Continuidade dos Negócios, que tem como objetivo orientar a organização nas respostas a situações de interrupção e indisponibilidade prolongada da infraestrutura tecnológica ou de operação das áreas de negócio. Ou seja, em momentos de emergência, essa gestão controlará de forma eficaz e rápida o problema, solucionando e diminuindo seu impacto.

A gestão de crise é suportada pelos seguintes documentos:

Plano de gerenciamento de crises: O plano de gerenciamento de crises visa estabelecer ações e responsáveis durante um momento de crise, apoiando também cenários que definem algum tipo de risco para as pessoas, os ativos ou a reputação da organização.

Formulário de resposta à crise: Formulário de suporte para a documentação da situação de crise, a fim de orientar o processo de entendimento, resposta e recuperação de crises. (DELOITTE, 2015).

Esses procedimentos irão garantir a boa imagem da organização, além de prevenir perdas internas e econômicas que poderão afetar o seu lucro. Portanto, a comunicação de risco deve andar junto a todos os demais procedimentos.

Os profissionais capacitados para o gerenciamento através da comunicação de risco são: administração, relações públicas e relações com investidores, pois diversas áreas tem conhecimento aprofundado sobre o tema e apresentam um preparo para momentos imprevisíveis.

Para isso, conforme a literatura apresenta, deve haver um modelo de gestão de crise que é dividido em 10 categorias. Que são elas: prevenção de crises

(planejando ações que vão minimizar o impacto das crises); Planejamento de procedimentos de contingências (criar roteiros para a empresa se manter firme mesmo em momentos de crise); Atenção direcionada aos *stakeholders* (um processo de gestão de crise deve atender a diversos públicos, dando confiança, não os ignorando e principalmente motivando seus funcionários); Comprometimento da direção (envolver os gestores de uma organização, pois a atenção sobre ela deve ser a principal), Comunicação (estratégia de comunicação e repassar informações), estímulos de liderança (apoio que possa ser emocional, trazendo novamente a confiança para o ambiente de trabalho), Manutenção dos valores comunicacionais (todas as ações dentro dos valores e ética), criatividade (utilizar a criatividade para desviar-se da crise); Rapidez nas ações (agir rapidamente, passando as devidas informações antes que originem notícias falsas) e cuidados pós-crise (controle dos prejuízos, analisar a crise que foi de forma qualitativa), (ABRAPP, 2015).

Em momento delicado e que exige total atenção, se destaca a comunicação interna e a externa. A comunicação interna, informando o público interno (funcionários) do que está acontecendo, além de apresentar as ações que vão para o público externo. Porém, o primeiro público interno a receber notícias são os colaboradores da empresa, já que a crise também os afetará diretamente.

Após, o público externo também merece explicações. O mais importante para essa comunicação é não esconder nenhuma informação, nem mentir para diminuir o impacto, pois a credibilidade depende disso. Sempre apresentar cuidado ao informar para não deixar espaço para notícias falsas. Cuidados essenciais para a comunicação se tornar completa e eficaz, (Deloitte, 2015).

Para realização do plano de comunicação algumas partes serão envolvidas como: Alta administração; Comunicação; Marketing; Clientes; Fornecedores; Reguladores e entidades legais; Investidores e acionistas; Comunidade; Mídias de interesse; Relações com Investidores (Deloitte, 2015). Todos são fundamentais para um plano entrar em ação e cumprir com seu papel na sociedade. Cabe destacar que

Em nossa vida pessoal, quando enfrentamos situações difíceis, costumamos dizer que estamos em crise. Esses momentos podem surgir em decorrência de ações pessoais (nossas ou alheias); negligência, despreparo, falta de planejamento, ações criminosas, etc., ou a partir de resultados de desastres naturais, mortes, etc. Pode-se dizer que a causa do primeiro é interna, pois surgiu das ações do indivíduo, e no segundo caso são externas, uma vez que foram os fatores externos que desencadearam a crise. (ARGENTI, p. 258).

Além disso, o profissional de Relações Públicas possui ferramentas indispensáveis na sua atividade ambiental dentro da organização. Primeiramente, antes de realizar ações ambientais, ele deve fazer com que os setores internos possam ver a real importância dessas ações. Mudar o olhar interno. Em algumas organizações a mudança vem da parte interna para a externa.

Os setores que estão nesta lista, segundo o site Ambiente Legal³, são: administração (que cuida de interesses de governo e acionistas), especialistas (oferecem serviços, negociam no mercado), nível funcional (formados pelas coordenações e gerências de produto), nível institucional (profissionais de comunicação).

O profissional de comunicação tem como objetivo realizar as demandas de seu setor. O profissional de Relações Públicas preza pela imagem institucional da empresa, levando em consideração a aceitação do público com as atividades empresariais. Esse olhar no mundo atual vem crescendo cada vez mais nas visões das organizações, já que as mesmas estão em buscas de profissionais capacitados para atuar em áreas que envolvam as políticas ambientais.

Entre os instrumentos para gestão ambiental, pode-se destacar cinco: avaliação dos impactos ambientais, educação ambiental, análise do ciclo de vida, auditorias, e relatórios ambientais (CORAZZA, 2003, p. 20). Essas ferramentas auxiliam no desenvolvimento de ações ambientais em prol da empresa com o meio ambiente.

Já a educação ambiental, caracterizada como a mais importante de todo o processo, ela não só cuida da conscientização, mas também apresenta através do conhecimento a importância e a conscientização em torno do meio ambiente. Além disso, ela trata de assuntos também voltados para as questões econômicas referente a fabricação de produtos sustentáveis.

A análise do ciclo de vida é um processo que vem desde quando se é adquirido a matéria prima do produto em si. De maneira genérica pode-se dizer que a avaliação do ciclo de vida é baseada na definição do objetivo e do escopo, análise de inventário, avaliação de impactos e interpretação dos resultados (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2009).

³ Informações disponíveis no site: <http://www.ambientelegal.com.br/>

Ela serve para diminuir os impactos causados pelos serviços e produtos ao longo da vida, auxilia no planejamento, na tomada de decisões, competitividade de novos investimentos e produtos. Além de apresentar aspectos sociais e econômicos do produto (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2009).

Auditorias ambientais, servem para avaliar se está sendo cumprida a legislação, políticas internas e práticas aceitáveis. Os principais benefícios das auditorias ambientais são a identificação de passivos ambientais perante a legislação, diminuição de problemas com os órgãos ambientais e comunidade interessada, priorização de investimentos e otimização dos processos produtivos (CAMPOS e LERÍPIO, 2009).

E por fim, o relatório ambiental, que tem papel fundamental nas empresas. Nele estarão expostos os impactos ambientais, além de aspectos ambientais. Com ele pode-se observar as práticas utilizadas e realizadas pelas organizações.

Isso significa que, para qualquer crise a comunicação deve estar presente e não há restrição. Por esta razão, a comunicação interna e externa deve estar interligada. Para minimizar uma crise é necessário primeiramente uma ação interna para posteriormente se constituir a externa, especialmente focado no planejamento e gestão estratégica da comunicação.

3.3 Reflexões sobre crises e desastres ambientais envolvendo barragens

Uma crise não é apenas corporativa, ela pode ser pessoal. Porém, uma crise corporativa se torna mais grave pelo fato de afetar inúmeras pessoas e acabar se tornando algo mais grave, como um desastre ambiental, ocorrendo, além do crime contra a natureza, mortes de pessoas inocentes. E nessa perspectiva, segundo a ONU:

Os desastres são rupturas graves do funcionamento de uma sociedade ou de uma comunidade, causando perdas humanas, materiais, econômicas ou ambientais generalizadas que excedem a capacidade dessa sociedade ou comunidade de poder suportá-los utilizando seus próprios recursos (ONU, 2008a).

Todo e qualquer dano a natureza realizada pelo homem como desastres ambientais, rompimentos de barragens é crime. Decreto nº 7.257/2010, que dispõe sobre o Sistema Nacional de Defesa Civil - SINDEC, o qual, em seu artigo 2º, II,

assim define: “resultado de eventos adversos, naturais ou provocados pelo homem sobre um ecossistema vulnerável, causando danos humanos, materiais ou ambientais e consequentes prejuízos econômicos e sociais” (BRASIL, 2010).

O conceito básico de desastre ambiental ou natural pode ser assim definido:

Tendo como referência a definição que consta no glossário da Estratégia Internacional de Redução de Desastres (EIRD, 2004), o desastre natural trata-se de um evento que apresenta duas características importantes, que podem ser combinadas ou não. A primeira é resultar em uma séria interrupção do funcionamento normal de uma comunidade ou sociedade, afetando seu cotidiano. Essa interrupção envolve, simultaneamente, perdas materiais e econômicas, assim como danos ambientais e à saúde das populações, através de agravos e doenças que podem resultar em óbitos imediatos e posteriores. A segunda é exceder a capacidade de uma comunidade ou sociedade afetada em lidar com a situação utilizando seus próprios recursos, podendo resultar na ampliação das perdas e danos ambientais e na saúde para além dos limites do lugar em que o evento ocorreu (EIRD, 2004; NARVÁEZ, 2009).

Os desastres ambientais são causados por falha humana e técnica. Além de causar danos a natureza, eles também podem causar danos a população de entorno.

Muitas das crises naturais são resultados de um mau controle por parte das organizações com o seu meio. As condições de vulnerabilidade a partir das ações das empresas, também resultam de processos sociais, pois combinam:

- a) os processos sociais que resultam na precariedade das condições de vida e proteção social (trabalho, renda, saúde e educação, assim como aspectos ligados à infraestrutura, como habitações saudáveis e seguras, estradas, saneamento, entre outros) que tornam determinados grupos populacionais (por exemplo, idosos e crianças), principalmente entre os mais pobres, vulneráveis aos desastres;
- b) as mudanças ambientais resultantes da degradação ambiental (áreas de proteção ambiental ocupadas, desmatamento de encostas e leitos de rios, poluição de águas, solos e atmosfera, entre outros) que tornam determinadas áreas mais vulneráveis frente a ocorrência de ameaças e seus eventos subsequentes. (FREITAS e col., 2011)

O site “Publica, Agência de Jornalismo Investigativo ” apresenta uma pesquisa que mostra os desastres no Brasil. O Brasil apresenta diversas barragens em seu território, porém, mais do que a metade não possui dados básicos, ou seja, não tem o monitoramento necessário para que se possa evitar novos casos de tragédia. Segundo a Agência Nacional de Águas (ANA), que se responsabiliza pelos relatórios das barragens (RSB) e que leva para o Congresso, há cerca de três

barragens rompidas anualmente no Brasil. Desde o relatório de 2011 até 2017, foram cerca de 24 acidentes envolvendo barragens e esses números preocupam.

Segundo a BBC Brasil relata no site BBC News, é impossível fiscalizar as barragens por falta de trabalhadores. Pois, segundo o secretário de Infraestrutura Hídrica e Mineração do Tribunal de Contas da União, Uriel Papa, a Agência Nacional de Mineração (ANM) não tem funcionários em número suficiente para cumprir atribuições (<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47240090>).

Mas tudo deve ser realizado pela própria organização, sendo ela que vai contratar pessoas para fiscalizar e controlar o grau de perigo das barragens para a comunidade local. Outro fator que chama atenção é a falta de um sistema de emergência que muitas empresas deixam de ter. Com esse plano, um diagnóstico é realizado frente as barragens de minério.

Se houver algum tipo de risco, há necessidade de entrar em contato com ANM. Um cuidado que as mineradoras deveriam de ter com suas barragens, já que são localizados em cidades perto de pessoas, animais e rios.

Quando uma barragem se rompe, não causa apenas desastres ambientais, mas também traz consigo outros fatores negativos. Os prejuízos são muitos como: mão de obra, locais que possam ser considerados como de turismo, a comunidade ter de deixar sua moradia, danos a saúde dos seres humanos e dos animais.

São diversos fatores que estão presentes no momento da tragédia, não só as mineradoras perdem com isso, mas também a cidade e as pessoas. A mão de obra acaba ficando em último plano frente a tragédia, deixando a cidade em estado de calamidade.

Com isso, reverter esses números leva anos, o que faz com que a natureza acabe sofrendo consequências maiores. Se fala em milhões de toneladas de lama. Um exemplo disso são os impactos causados pelo desmoronamento da barragem de Mariana em 2015, principalmente para o Rio Doce.

Assim como a Samarco, a empresa Vale também é exemplo de descaso referente a fiscalização de sua barragem. Cerca de 430 mil toneladas de lama atingiram a cidade de Brumadinho, segundo site Agência Brasil em 2019. A lama continua presente na cidade, porém, a falta de fiscalização causou danos maiores, se tornando o maior desastre ambiental dos últimos anos (<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-05/terrenos-cobertas-por-lama-na-tragedia-de-brumadinho-tem-minerio>).

Exemplos atuais como estes servem para analisar os diversos impactos e consequências futuras causados pelos desastres ambientais em cidades ou países.

4 CRISES E DESASTRES AMBIENTAIS RECENTES NO BRASIL: OS CASOS DE BRUMADINHO E MARIANA

Neste capítulo, abordaremos os casos de Brumadinho e Mariana, evidenciando os acontecimentos e seus respectivos danos ao meio ambiente, além de uma análise para compreender a causa dos desastres. Para isso, utilizamos entrevistas, pesquisas nas mídias e na internet. Os danos causados pela Samarco e pela Vale deixara, além de muitos mortos, a natureza em alerta. Em menos de quatro anos, duas barragens se romperam em Minas Gerais, causando uma das maiores tragédias ambientais dos últimos anos no Brasil. Por este motivo, buscamos evidenciar como o ambiente digital divulgou e acompanhou esses casos, além de construir percepções de profissionais da área de relações públicas.

4.1 Procedimentos metodológicos

Para o desenvolvimento da monografia utilizamos a pesquisa bibliográfica e as técnicas de pesquisa, como a entrevista semiestrutura e análise de material da internet.

Segundo Stumpf (2005, p.51), a pesquisa bibliográfica apresenta toda literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores. Portanto, é necessária a pesquisa bibliográfica para poder ter um entendimento mais aprofundado do tema abordado, além de esclarecer com palavras mais simples para o público leitor ter um maior entendimento sobre o assunto apresentado.

Na pesquisa bibliográfica, autores como João José Forni, Margarida Kunsch, Luciane Lucas foram utilizados. Buscamos ainda por publicações em revistas científicas como o *Organicom*, em *sites*, reportagens e revistas sobre gerenciamento de crise.

Na sequência, com a ajuda da ferramenta *Google Trend* (Google Tendência), pudemos observar mais dados sobre a tragédia ocorrida em Mariana e Brumadinho. Essa ferramenta nos ajudou a comparar e verificar dados ao longo do tempo sobre os desastres com precisão.

Para além dessa ferramenta, buscamos desenvolver entrevistas semiestruturadas, que visaram priorizar além da estatística e números de pessoas participantes, um olhar mais detalhado sobre os acontecimentos.

Escolhemos profissionais de Relações Públicas nas cidades de Cachoeira do Sul e Santa Cruz do Sul, por acreditar que eles têm propriedade no assunto e há tendência de apresentar outras informações. Os participantes foram selecionados nestas cidades, pois, são regiões próximas da autora, visto que moro em Cachoeira do Sul e a cidade de Santa Cruz do Sul fica próximo. Além daquelas pesquisadas via Google Trends. Com isso, poderão levantar reflexões e questões que favoreçam a pesquisa.

As entrevistas ocorreram no primeiro semestre de 2019, mais precisamente no mês de maio. A pesquisa foi realizada via WhatsApp. Uma análise posterior irá detalhar ao olhar de profissionais de relações públicas sobre o que de fato ocorreu na Samarco e a Vale, incluindo as decisões tomadas pelas mesmas.

Foram contatados 5 profissionais de Relações Públicas em ambas as cidades, para obter melhores resultados na pesquisa. Os profissionais de relações públicas foram escolhidos por meio da seleção por conveniência (pessoas conhecidas pela universidade de Santa Cruz do Sul), sendo aqueles que já são formados e exercem a profissão.

Com a ajuda de algumas técnicas foi construído um roteiro de entrevista semiestruturada. Nesse sentido, vale salientar que a entrevista serve para descobrir mais sobre determinado assunto e a maneira como ele deveria ser abordado, no caso desse trabalho sobre os desastres envolvendo a Samarco e a Vale. Jorge Duarte apresenta em sua visão porque utilizar essa técnica.

A entrevista em profundidade não permite testar hipóteses, dar tratamento estatístico às informações, definir a amplitude ou quantidade de um fenômeno. [...] Seu objetivo está relacionado ao fornecimento de elementos para compreensão de uma situação ou estrutura de um problema. Deste modo, como nos estudos qualitativos em geral, o objetivo muitas vezes está mais relacionado à aprendizagem por meio da identificação da riqueza e diversidade, pela integração das informações e síntese das descobertas do que ao estabelecimento de conclusões precisas e definitivas (DUARTE, 2009, p. 63).

Por se tratar de uma entrevista semiestruturada, ela nos apresenta a liberdade para a formulação de mais perguntas ao longo da entrevista. Ou seja, conforme o entrevistado foi falando, foram surgindo novas indagações

O grupo foco para a pesquisa foram os profissionais de Comunicação Social formados em Relações Públicas. Os dados qualitativos serão analisados de forma a atender as demandas dos objetivos da pesquisa. Mais do que respostas, uma reação se resume no processo qualitativo. Procurar e proporcionar ao leitor essa visão dos profissionais que atuam em municípios diferentes e como compreenderam esses desastres se torna um objeto interessante de análise.

A maneira como será levada em conta não será por estatísticas nem tabelas, gráficos em diversos formatos e comparações. Mas sim, um olhar cuidadoso que busca para além de uma resposta momentânea, olhares de profissionais. E será com esses olhares que poderemos melhor compreender as devidas decisões que deveriam ter sido tomadas ao longo do processo da crise de imagem da mineradora Samarco e da empresa Vale.

As entrevistas serão complementadas com a análise do *Google Trends* com ele pode-se ter, uma visão mais aprofundada da situação e dos momentos pós desastre.

4.2 O que a mídia disse sobre os desastres de Mariana e Brumadinho?

O rompimento da barragem da Samarco ocasionou não só perdas para as famílias que ali viviam com seus familiares, mas também a natureza que sofre até hoje com os danos causados pela mesma. O Rio Doce, uma fonte rica para a economia mineira e do Espírito Santo, também sofre com o desastre ambiental.

A bacia do Rio Doce tem 83.400 km², ou seja, é uma grande bacia, se comparada a outras na Região Sudeste. Ela engloba 228 municípios — 204 em Minas Gerais e 24 no Espírito Santo —, sendo 93% deles com até 20 mil habitantes. Entre esses municípios, 70% têm abastecimento de água tratada e 58% são cobertos por rede de esgoto, mas apenas 4,7% deste é tratado. (PRADO, JUNIOR, 2018, p. 20)

O Rio Doce foi atingido de forma direta e depois de três anos e meio após o ocorrido, ainda está em situação precária. O desastre foi caracterizado como uma tragédia que poderia ter sido evitada, já que há indícios de que havia uma probabilidade de um rompimento futuro.

Certamente o desastre em Mariana não deveria ter acontecido: mesmo algum tempo antes, um relatório do Instituto Prístino³ alertava sobre essa

possibilidade. Com o rompimento da barragem de Fundão no subdistrito de Bento Rodrigues, foram destruídos 1.500 hectares de terras, principalmente de Áreas de Preservação Permanente (APPs), segundo o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais (Ibama) em 2016. Também foram contabilizadas as mortes de milhares de cabeças de gado e de animais domésticos. No alto Rio Doce, por exemplo, houve perdas materiais em propriedades rurais: estradas e pastagens foram destruídas e cursos d'água foram cobertos de lama, entulho e lixo. Além disso, havia, ainda, o problema do mau cheiro, dos riscos de contaminação bacteriológica e as perdas financeiras pela paralisação das atividades econômicas. Já em Barra Longa, um grande número de pessoas ficou desabrigado, e diversas residências foram danificadas e desvalorizadas. (ANTÔNIO E BARBOSA, 2017)

Após 17 dias e a 853 km do epicentro da tragédia, a lama chegou ao mar. No dia 26 de novembro de 2015, avançou em direção ao norte e sul. Além disso, a tragédia causou 19 mortes, sendo que resultou em 256 feridos, como também deixou 349 casas destruídas, 195 propriedades rurais devastadas, 12 pontes destruídas, perdas materiais e imateriais de outras mil pessoas, além de impactos em toda biota aquática e terrestre ao longo dos 650 km de rio, com perdas da biodiversidade ainda não computadas. Foi afetada a situação econômica, social e emocional de milhares de pessoas em comunidades ribeirinhas ao longo do Rio Doce, incluindo o povo indígena Krenak. (PRADO, JUNIOR E TAL, 2018, p. 21) Dados esses retirados do E-book.

Uma tragédia que até então era considerada a maior do Brasil. Com inúmeras perdas e um dos maiores estragos já vistos, a Samarco não se pronunciou de imediato, levando um ano para apresentar qualquer plano de ação que pudesse amenizar os danos causados pela sua barragem. Em vista de muitos especialistas, esta atitude prejudicou de vez a imagem da empresa perante ao Brasil e o mundo.

O plano apresentado de Recuperação Ambiental Integrado, um programa socioeconômico e ambiental, para reverter danos a natureza, levou cerca de um ano para ser elaborado e colado em prática após a tragédia. O plano partiu de uma associação com a fundação Renova, que iniciaram seus trabalhos entre 2016 e 2017, sendo a primeira ação avaliar as barragens e proteger em tempos chuvosos, armazenando o espaço para rejeitos, controle de erosão ao longo dos rios, entre outras ações.

Os dados coletados é de que cerca de 511 nascentes já foram protegidas, a meta é que até 2026 seja de cinco mil. Um trabalho que visa proteger o local e evitar novos acidentes ambientais. Outras ações como tratamento da água estão sendo

realizadas, a remoção da lama em Barra Longa, Santa Cruz do Escalvado e Usina Risoleta Neves, além da recuperação da área rural e das margens dos rios. (ANTÔNIO e BARBOSA, 2017)

Todo trabalho de recuperação que está sendo realizado iniciou após muito tempo do acidente ocorrido, o que demonstra um despreparo da empresa em momentos de crise. A tragédia foi marcada por grandes perdas no meio ambiente, na economia e principalmente para as famílias que perderam suas casas e seus familiares no meio dos 19 mortos.

Figura 1 – Lama decorrente do vazamento da barragem de Mariana



Fonte: Google Imagens

Figura 2 – Bombeira tenta resgatar animal durante as buscas em Mariana



Fonte: Google Imagens

Após a tragédia em Mariana acontecer, a sociedade acreditou que as organizações ficaram mais cientes dos problemas que possam haver em barragens, sendo que o Brasil tem mais de 300 barragens, passando a revisá-las para que não ocorra a mesma tragédia

Atualmente a Samarco tem uma dívida de R\$656,2 milhões cobradas pelo Ibama. Segundo o site Tempo, a empresa pagou apenas 6%, o que equivale a R\$41 milhões. Sendo considerada a maior tragédia de rejeitos da história de barragens (O GLOBO, 2015). O site ainda relata que a tragédia foi duas vezes pior que o acidente na mina canadense em 2014.

Uma iniciativa acadêmica para recuperar a bacia do Rio Doce foi realizada por alunos de universidades. Porém, um dos alunos que faz parte dessa iniciativa relata que a recuperação não é algo para os próximos dias, nem se pode medir o valor investido. Pois, “Quando a lama secar, vai se tornar terra endurecida, um chão de ferro, uma terra de ninguém”, relata o participante Freitas. (O GLOBO, 2015)

O que era para ser um alerta as demais organizações não inspirou o aprendizado e o processos de gestão e gerenciamento de crise no setor. Em 2019, uma outra barragem se rompeu, em Brumadinho. Um desastre que superou a de Mariana, chocou o mundo pelo tamanho dos estragos e pelo número de mortos. Considerada a maior tragédia ambiental da história brasileira.

A empresa Vale, de Brumadinho, passou pela mesma crise da Samarco e também mostrou despreparo. Com o número de 727 pessoas desaparecidas e mortas, dentre eles funcionários da Vale, empresas terceirizadas e comunidade local, foi considerado o maior desaste ambiental dos últimos tempos.

No dia 25 de janeiro de 2019, por volta das 12:28h, horário de Brasília, a Barragem I da mina de Feijão rompeu-se, liberando 12 milhões de metros cúbicos de rejeitos de mineração. A capacidade da barragem era de aproximadamente 13 milhões de metros cúbicos⁵. A força da onda de lama varreu equipamentos operacionais (como trens, veículos e máquinas de beneficiamento do minério) e o centro administrativo da Vale, soterrando escritórios, vestiário e um refeitório, matando centenas de trabalhadores e trabalhadoras que trabalhavam e almoçavam no local. (CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS HUMANOS, 2019)

Após o ocorrido ainda havia chances de novos desabamentos, o que colocaria em risco mais vidas. O corpo de Bombeiros realizou os resgates que durou semanas em busca dos desaparecidos.

Os locais de abrigo escolhidos pelos Bombeiros e pessoas que poderiam estar em situação de riscos foram, segundo o porta-voz tenente Pedro Aihara, “a igreja Matriz, no centro da cidade, o quartel da Polícia Militar e o morro do Qerosene”. No dia seguinte nenhuma pessoa foi liberada para entrar na cidade.

Figura 3 – Bombeiros fazem buscas em Brumadinho



Fonte: Google Imagens

Figura 4 – Dimensão da área afetada em Brumadinho



Fonte: Google Imagens

Outros fatores causados pelo rompimento da barragem da Vale vieram à tona, como a água contaminada, imprópria para consumo de animais e pessoas. Foram detectados problemas na água de Brumadinho a partir de uma análise das Secretarias de Estado de Saúde (SES); de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (SEMAD); e de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (SEAPA).

Problemas detectados pelas secretarias que foram causados pela tragédia, foram inúmeros, segundo o artigo “Relatório da missão Emergencial a Brumadinho/MG após rompimento da barragem da Vale S/A”, como:

- a) Destruição de habitat e extermínio da ictiofauna em extensão dos rios atingidos;
 - b) Contaminação da água dos rios atingidos com lama de rejeitos de minério;
 - c) Suspensão das captações de água para atividades econômicas, propriedades rurais e pequenas comunidades;
 - d) Assoreamento do leito dos rios e dos reservatórios das barragens de geração de energia;
 - e) Soterramento das lagoas e nascentes adjacentes ao leito dos rios;
 - f) Destruição da vegetação ripária e aquática;
 - g) Interrupção da conexão com tributários e lagoas marginais;
 - h) Alteração do fluxo hídrico;
 - i) Destruição de áreas de reprodução de peixes;
 - j) Destruição das áreas “berçários” de reposição da ictiofauna (áreas de alimentação de larvas e juvenis);
 - k) Alteração e empobrecimento da cadeia trófica em toda a extensão do dano;
 - l) Interrupção do fluxo gênico de espécies entre corpos d’água;
- (CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS HUMANOS, 2019)

Em comparação ao ocorrido com Mariana, Brumadinho também viveu situação de calamidade. As perdas causadas pelo desabamento são irreversíveis. Após o desastre chuvas fortes estiveram presentes na cidade, o que dificultou as buscas pelos desaparecidos.

Com isso, no dia 30 de janeiro o CNDH (Conselho Nacional dos Direitos Humanos) foi até a comunidade e recolheu relatos da Comissão de Moradores, que informou que a empresa Vale não tomou nenhuma iniciativa e muito menos tomou providências sobre o ocorrido. Além de depoimentos, o CNDH também visitou áreas atingidas com os moradores, onde além de perdas em suas plantações, corpos foram encontrados. Uma tragédia que ocorreu de forma inesperada e que a lama levou a vida de muitas pessoas que naquele momento estavam trabalhando. (Conselho Nacional dos Direitos Humanos)

Outra falha da empresa Vale é que ela nunca informou sobre o risco de desabamento e não houve sirene no momento da tragédia, o que dificultou para a comunidade local e trabalhadores tentarem buscar um abrigo. Segundo um dos moradores relatou que “Não houve treinamento, não teve sirene e a Vale não apareceu” informou o morador. (Relatório do Conselho Nacional dos direitos Humanos, 2019)

A ausência da empresa em momentos como esse chocou a sociedade local e o mundo, pois quando algo desse tipo acontece deve-se tomar uma iniciativa imediata. O que não ocorreu no caso da Vale. Diversos pontos foram levantados e mais dados foram coletados. A Vale pagou cerca de R\$100 mil às famílias atingidas. Porém, esse valor apenas pagou os danos causados nas casas atingidas, mas não a de vidas perdidas. (Relatório do Conselho Nacional dos direitos Humanos, 2019).

Acompanha-se várias falhas no setor de comunicação e dos funcionários da hierarquia, com seus próprios colegas e com a comunidade. Assim como informar que a barragem era segura, sendo que não era, como a advogada da empresa relatou para a comunidade. (Relatório do Conselho Nacional dos direitos Humanos, 2019)

Com o rompimento da barragem, muitas pessoas deixaram de trabalhar, pois a ligação a Brumadinho está interrompida. Mais problema aos trabalhadores e às empresas locais. Todas as informações foram relatadas em uma audiência no Córrego do Feijão em Minas Gerais.

Na audiência foram levantados todos os problemas encontrados pela comunidade. Como consta no Relatório da Missão Emergencial de Brumadinho (2019), houve diversas evidências e imprudências causadas pela Vale como:

- a) Graves deficiências na provisão de informação adequada e de maneira acessível e transparente aos atingidos;
- b) Insegurança quanto à Barragem 6 que, se for rompida, também irá passar pelo mesmo caminho;
- c) Ausência de atendimento a pedidos de aluguel de casa para pessoas desabrigadas ou que não querem mais ficar no local em razão do trauma causado pela tragédia;
- d) Presença de funcionários da Vale não identificados;
- e) Preocupações quanto à limpeza da lama;
- f) Perda e extravio de documentos;
- g) Atendimento das crianças e manutenção de programas sociais;
- h) Descrença com relação ao número oficial de desaparecidos;
- i) Demora na atualização das listas com os nomes dos desaparecidos e na confirmação dos óbitos. [...]

Através dos dados coletados juntos aos moradores e funcionários da Vale e Brumadinho, pode-se perceber que mais uma vez os rios foram atingidos, como o Rio Doce. Houve erros nas políticas e na administração das duas empresas. Uma dessas falhas é deixar o sistema de alerta de desabamento de barragens falhar, essa é uma das formas de emergência que deveria estar funcionando de forma perfeita.

Quando acontece uma tragédia, diversas perdas acontecem, das famílias, cidade, dos funcionários. Dessa forma reverter os danos causados pelas empresas, é necessário, porém, é um processo lento que causa atrasos na natureza e a imagem de uma organização não será mais a mesma após o ocorrido. A partir de então, sua credibilidade é colocada à prova pela sociedade e pela mídia.

Tudo que envolve acontecimentos e que geram notícias sobre crises, são relatados e apresentados pelos meios digitais, ou seja, a mídia em si. São diversos meios como televisão, rádio, jornal, revista e a internet (Facebook, Twitter, blogs, Instagram, site, entre outros), que mostram os eventos em tempo real, o que faz com que as notícias cheguem em menos de cinco minutos no Brasil e no mundo.

Com as tragédias de Mariana e Brumadinho, a mídia buscou cobrar informações das empresas Samarco e Vale. Inúmeras matérias foram desenvolvidas. A televisão relatava as notícias nos jornais do dia e da noite, trazendo informações das cidades atingidas e as famílias que perderam seus entes. O que com o tempo foi esquecido devido a outras notícias.

Porém, os sites trouxeram diversas matérias sobre os casos em Minas Gerais. Sites de notícias como G1 trouxeram informações como “Psicológico de atingidos por tragédia de Brumadinho preocupa mais que de Mariana, diz especialista” (<https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2019/02/01/psicologico-de-atingidos-por-tragedia-de-brumadinho-preocupa-mais-que-de-mariana-diz-especialista.ghtml>). Outros sites de informação trouxeram mais notícias como “Itabira, Mariana, Brumadinho: do jornalismo local à máquina do mundo”, encontrado no Observatório de Imprensa (<http://observatoriodaimprensa.com.br/dilemas-da-imprensa/itabira-mariana-brumadinho-do-jornalismo-local-a-maquina-do-mundo/>).

Ambos os sites focaram em notícias dos atingidos. A comparação também foi realizada por muitos jornais e meios, já que a tragédia se repetiu em menos de quatro anos. O que antes a mídia deixou de lado no caso Samarco, com o desastre causado pela Vale veio à tona.

Os meios digitais sociais trazem os problemas causados pela tragédia, inclusive os danos psicológicos das vítimas, pois, até os dias atuais ainda há relatos de pessoas que apresentam traumas da tragédia do dia 5 de novembro de 2015. Um problema que muitos viveram e que ainda vivem por conta de Brumadinho.

A mídia leva aos telespectadores notícias que apresentam o tamanho do estrago que as barragens causaram na população e na natureza. Além da tragédia econômica para os agricultores que plantavam nas terras.

Várias notícias saíram em diversos sites como Observatório de Imprensa, G1, Gazeta Online, CAU/BR e Sange.ce. Não apenas sites nacionais como internacionais já que a tragédia chocou o Brasil e o mundo.

No Observatório de Imprensa, o site apresentou a visão de um jornalista que relata que a mídia nacional se diferenciou da internacional em termos de pontos importantes ocorridos no desastre (<http://observatoriodaimprensa.com.br/dilemas-da-imprensa/itabira-mariana-brumadinho-do-jornalismo-local-a-maquina-do-mundo/>). Enquanto a mídia internacional apresentava a calamidade com a natureza e as famílias que perderam seus entes queridos, o Brasil focou em outro ponto fundamental que muitos deixaram passar, o econômico.

Após a tragédia em Mariana, o índice de desemprego na cidade foi alto, além do mais, o impacto foi grande nas regiões atingidas. Por conta disso, a mídia brasileira voltou seus olhares para a crise econômica, junto a insensibilidade que a empresa apresentou com os moradores locais (Observatório de Imprensa, <http://observatoriodaimprensa.com.br/dilemas-da-imprensa/itabira-mariana-brumadinho-do-jornalismo-local-a-maquina-do-mundo/>)

Com o passar do tempo e sem a Samarco tomar nenhuma atitude, aos poucos a mídia e a população foram se esquecendo do ocorrido, o que fez com que a empresa não precisasse se preocupar em dar um relatório da real condição das barragens. Mas tudo voltou nos noticiários por conta de outra barragem rompida, agora em Brumadinho, também em Minas Gerais.

Visto que as tragédias se repetem, o que se observa é a falta de uma fiscalização das barragens. O site Sange.ce relata a situação do Brasil referente aos dois casos. O início da matéria traz consigo um título que chama atenção, “De Mariana a Brumadinho – o Brasil na contramão” (<https://sengece.org.br/artigo-fne-de-mariana-a-brumadinho-o-brasil-na-contra-mao/>). Um título que apresenta mais um desastre por conta de os olhares não terem sido voltados totalmente para

Mariana, e com o tempo ter sido deixado de lado. Agora por uma falha no setor que fiscalizaria as outras barragens, mais uma se rompeu nesse meio, ocasionando uma catástrofe maior.

O que o site Sange.ce trouxe foi que muitas vítimas de Mariana ainda esperam por uma resposta e uma punição à empresa. O desastre de 2015 completará este ano 4 anos, e até agora nada foi resolvido e nenhuma indenização foi paga. A jornalista Cristina Serra apresentou pontos trabalhados em seu livro sobre a tragédia de Mariana e relata comparações com a de Brumadinho ao site, CAU/BR.

Logo após o desastre de Mariana, o Ministério Público de Minas Gerais fez a campanha Mar de Lama Nunca Mais, que recebeu 60 mil assinaturas da população dando suporte a um projeto de lei que tornava o processo de licenciamento de grandes empreendimentos mais rigoroso. O projeto foi engavetado e os deputados mineiros aprovaram uma mudança na legislação exatamente no sentido contrário, afrouxando as regras. (SERRA, 2014, CAU/BR)

A jornalista relata além disso sua indignação com as autoridades. Segundo ela, é normal que apresente rompimentos nas barragens, já que nada é feito.

Não surpreende, portanto, que desastres como esses se repitam e reacendam nossa indignação. Brumadinho mostra que o Brasil não aprendeu nada com a tragédia de Mariana, suas 19 vidas perdidas e sua espantosa rota de destruição. Aliás, passados três anos, a lama continua no leito do Rio Doce, os povoados não foram reconstruídos, a maioria das famílias não foi indenizada e o processo criminal se arrasta lentamente na Justiça Federal, sem perspectiva de um desfecho breve para o caso e a devida punição dos responsáveis pelo maior desastre socioambiental do Brasil e o maior do mundo em barragens de mineração. (SERRA, 2014, CAU/BR)

A Gazeta Online trouxe uma matéria diferente referente as demais, seu foco foi nas mulheres e na luta de seus direitos. Mulheres vítimas dos rompimentos em Mariana e Brumadinho tentam pedir uma solução para as empresas e as autoridades pelo ocorrido (notícia disponível em <https://www.gazetaonline.com.br/entretenimento/cultura/2019/03/exposicao-fotografica-sobre-a-luta-das-mulheres-de-mariana-e-brumadinho-1014171648.html>).

Em meio ao caos das catástrofes, pode-se registrar momentos como estes, da união e da força feminina em busca de uma solução. As formas como elas

escolheram para impor seus direitos, foi destaque no site. Uma forma organizada e que comoveu fotógrafos como Isis Medeiros e Gabriel Lordêllo.

Figura 5 – Mulheres de Mariana e Brumadinho protestam



Fonte: Gazeta Online, fotos de Isis Medeiros

Figura 6 – Moradora da região atingida



Fonte: Gazeta Online, fotos de Isis Medeiros

O site G1 trouxe a tragédia como destaque internacional que foi relatado em diversas emissoras dos Estados Unidos, além de jornais franceses e na Europa. As emissoras Inglesas, por sua vez, focaram nos desaparecidos e nos resgates

comoventes de Brumadinho. A Sky News cobriu a visita do presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, a região atingida, além de realizar uma entrevista com um geólogo que em seus relatos havia comunicado que poderia ter sido evitado pela empresa. Uma forma de irresponsabilidade da Vale com a comunidade.

A Rede BBC, trouxe as palavras “crime ambiental”, visto que o que aconteceu em Brumadinho e em Mariana alguns anos atrás é considerado um crime a natureza. Em meio a imagens da catástrofe, apresentam o antes e o depois da cidade, além de citar o governador Romeu Zema. A BBC aponta uma visão negativa nas buscas por sobreviventes. (<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/01/26/tragedia-em-brumadinho-e-destaque-no-noticiario-internacional.ghtml>).

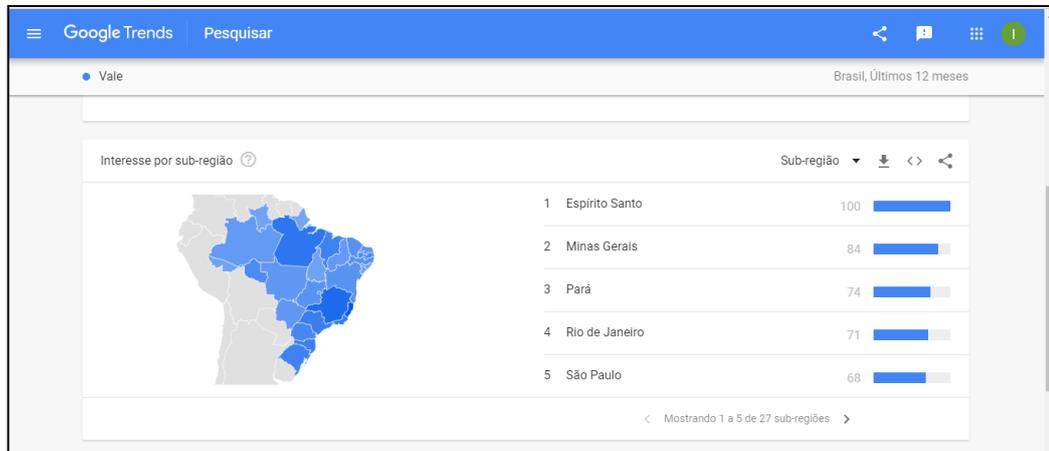
O jornal The Guardian fala de uma contaminação por conta de restos de rejeitos de minérios. Trazendo o desastre que feriu, matou pessoas e destruiu museus, hotel e estabelecimentos próximos. Todas as informações passadas, mas comparadas com a de Mariana. (<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/01/26/tragedia-em-brumadinho-e-destaque-no-noticiario-internacional.ghtml>).

Já New York Times destaca que “ a mina no centro do novo acidente pertence à Vale, coproprietária da barragem que rompeu em Mariana” (<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/01/26/tragedia-em-brumadinho-e-destaque-no-noticiario-internacional.ghtml>). Notícias que mudam de foco conforme a emissora ou jornal. Porém, todas se perguntando: O Brasil ainda não aprendeu? Uma pergunta a ser feita diariamente para que novos rompimentos não aconteçam.

Com o auxílio da ferramenta Google Trends, pode-se observar que as informações acerca da barragem da Samarco tiveram maior impacto após o rompimento da barragem da Vale em janeiro de 2019. Os países internacionais apresentaram impacto maior em suas informações com o desastre de Brumadinho do que de Mariana. Vale ressaltar que ambas foram tragédias ambientais, que deixaram vários mortos, porém, os danos causados pela Vale qualificaram o desastre como a maior tragédia do Brasil, por contar com um número superior de mortos em vista da Samarco.

As regiões brasileiras que mais comentaram sobre Brumadinho foram as regiões Norte, Nordeste e centro-oeste, seguidas pelo Sul e Sudeste. Os estados do Espírito Santo e Minas Gerais foram os que mais divulgaram informações.

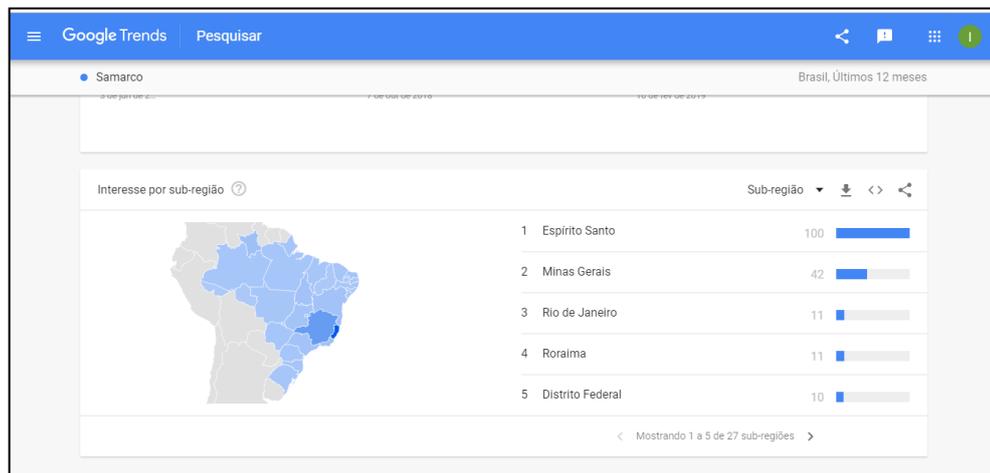
Figura 7 – Busca por “Vale”, no Google



Fonte: Elaborado pela autora a partir de informações do Google Trends.

Já para o desastre de Mariana os estados que mais comentaram sobre o caso foram Espírito Santo, Minas Gerais, Pará, Rio de Janeiro e São Paulo seguido pelos demais estados do restante do Brasil. O estado do Rio Grande do Sul não aparece na lista dos cinco primeiros estados.

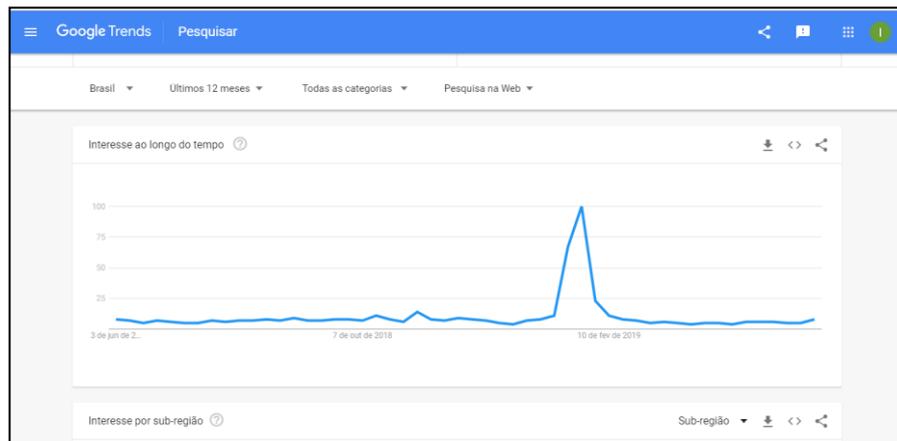
Figura 8 – Busca por “Samarco”, no Google



Fonte: Elaborada pela autora a partir de informações do Google Trends.

Porém, o que se pode observar é que no Brasil, o caso Mariana, da empresa Samarco, ocorrido em 2015, teve destaque até o ano posterior ao acidente, ou seja, 2016. Depois de meses de informações sobre o caso, ele foi esquecido e só veio a tona depois de mais um rompimento de barragem, com a empresa da Vale, em Minas Gerais em 2019.

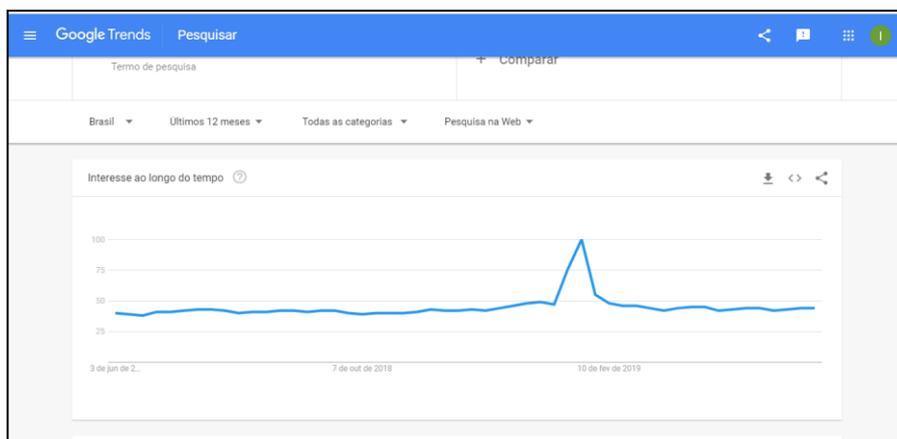
Figura 9 – Interesse ao longo do tempo sobre o caso de Mariana, no Google



Fonte: Gráfico retirado do Google Trends.

Ao observar os dois casos é possível perceber que a repercussão da Vale foi maior do que a da Samarco, visto que a tragédia da Vale foi de maior intensidade. Porém, não difere o grau de importância aos acontecimentos dado para a Samarco no ano de 2015.

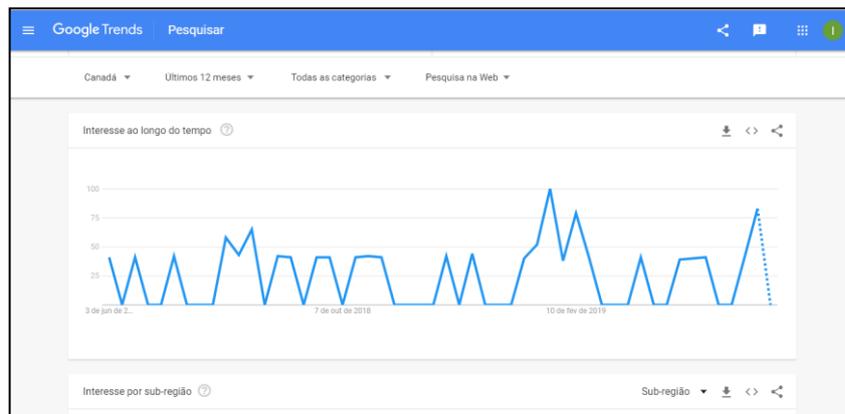
Figura 10 – Interesse ao longo do tempo sobre o caso de Brumadinho no Google



Fonte: Gráfico retirado do Google Trend.

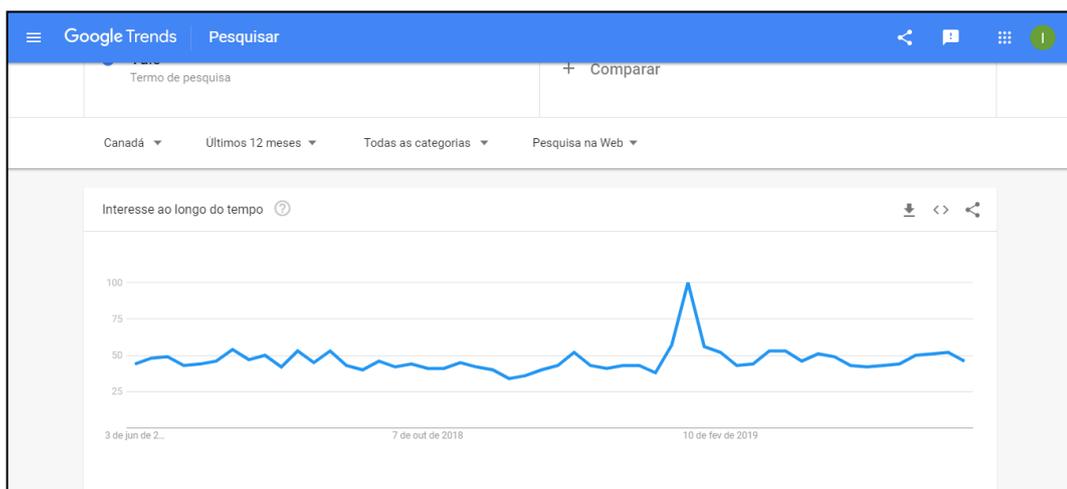
Cabe mencionar que as informações em relação ao desastre, no contexto internacional, foram mais evidenciadas no período pós-desastre. Em diversos momentos anuais a tragédia era lembrada pelos meios de comunicação internacionais. Temos o exemplo do Canadá, que apresentou um grau de importância tanto para a tragédia de Mariana quanto para a de Brumadinho.

Figura 11 - O gráfico, retirado do Google Trends, apresenta quando a tragédia de Mariana foi relatada no Canadá.



Fonte: Gráfico retirado do Google Trend.

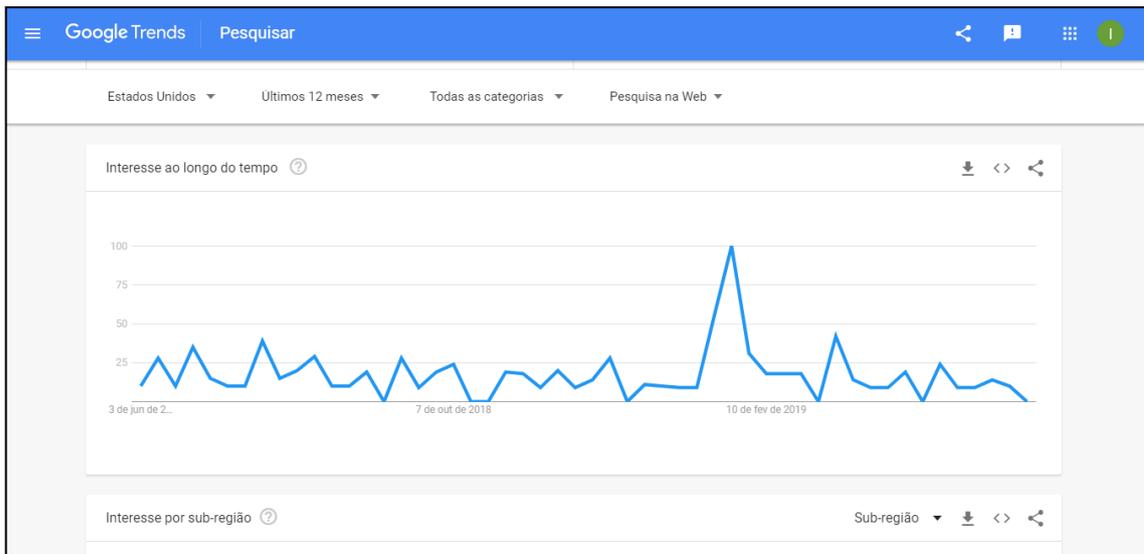
Figura 12 – O gráfico, retirado do Google Trends, apresenta a relação com o desmoronamento da Vale em Brumadinho



Fonte: Gráfico retirado do Google Trend.

Outro país que relatou a catástrofe de Mariana durante anos foi os Estados Unidos. No ano de 2015 os americanos relataram o ocorrido, e a partir de então, sempre retornam o assunto durante o ano. O que ocasionou repercussão foi o fato de mais um desastre, de proporções maiores, ter ocorrido anos depois no Brasil.

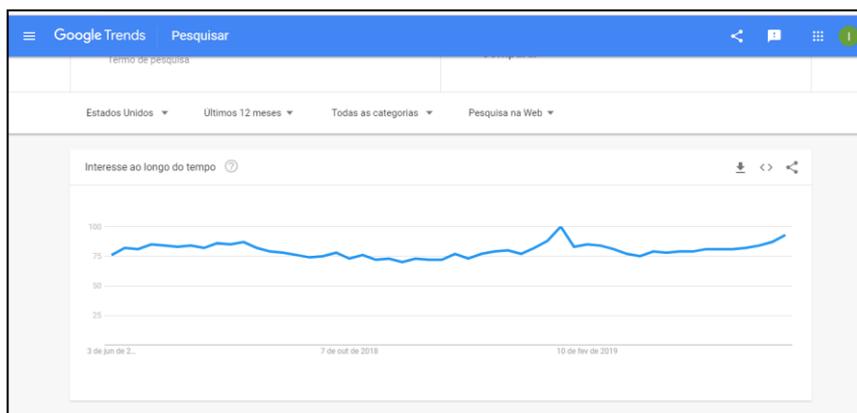
Figura 13 - Gráfico retirado do Google Trend



Fonte: Gráfico retirado do Google Trend.

O grande número de mortos e o fato de o desastre ser gerado na cidade Mineira em menos de 4 anos após a tragédia em Mariana, chamou a atenção no âmbito internacional. E com isso, vários questionamentos foram levantados, inclusive o de não cumprimento com as avaliações das barragens com risco de rompimento no Brasil.

Figura 14 – Gráfico retirado do Google Trend



Fonte: Gráfico retirado do Google Trend.

Os gráficos retirados do Google Trends mostram as notícias relatadas pelos Estados Unidos referente a Vale. Os dados apresentados por meio da ferramenta Google Trends nos mostram que as informações sobre desastres também podem ser efêmeras e esquecidas pela sociedade e pela opinião pública. De certo modo a distribuição de informações por regiões e países mostra que a preocupação

ambiental é desigual. Os estados brasileiros afetados pelas tragédias foram os que mais comentaram e produziram informações, sendo que outros estados mais distantes dos locais dos desastres não tiveram a mesma ocorrência em termos de informações.

4.3 Os desastres de Mariana e Brumadinho na perspectiva de profissionais de Relações Públicas

O trabalho tem finalidade em analisar a crise ambiental, econômica e social das cidades de Brumadinho e Mariana (MG). Os casos foram tragédias ambientais que repercutiram pelo Brasil e pelo mundo por conta de sua posição. Como complemento da análise da ferramenta Google Trends, usou-se como base entrevistas para obter informações frente aos desastres e ao posicionamento das empresas na época.

A pesquisa se baseou em perguntas semiestruturada, os entrevistados que fizeram parte desta análise foram Relações Públicas profissionais que já atuam no ramo. A escolha foi dada pelo fato de se tratar de uma crise de imagem, considerando que profissionais de comunicação estão aptos para realizar a entrevista.

Antes da entrevista, os entrevistados assinaram um termo de consentimento que foi disponibilizado. Nele há presença das assinaturas de cada um, além das informações de acordo para fazerem parte da pesquisa para a monografia referente as crises das empresas Samarco e Vale de Minas Gerais. O termo de consentimento está presente no apêndice A.

O roteiro foi composto por sete perguntas diretas que estão expostas no apêndice B, que se concentraram em colher o máximo de informações dos participantes. A primeira focava-se primeiramente no conhecimento em que o indivíduo tinha sobre os desastres, pois é fundamental analisar as informações que cada entrevistado um tiveram com as tragédias.

Conseqüentemente, as demais questões adentram na imagem que as organizações passaram. Outra questão colocada foi se perceberam se havia ou não um plano pré-crise. A maneira como as organizações reagem em casos como esses, o impacto que tem para a organização uma crise, também foi levantado aos

participantes. Todas as questões efetuadas serviram como base para compreender a maneira como as empresas deixam ou não de cumprir alguns preceitos básicos, especialmente em relação ao setor de comunicação em tempos de crise.

E como encerramento da entrevista, levando em conta que os profissionais da área já possuem contato com o mercado de trabalho, umas das perguntas foi a questão do que se poderia ter sido realizado se o profissional fosse o relações públicas em uma das empresas. Uma questão fundamental para ter novas visões e percepções sobre como agir no momento de uma crise ambiental, além de analisar se métodos antigos ou atuais podem fazer a diferença em momentos de crise de imagem.

Perguntas rápidas, porém, que trazem pontos importantes para o tema da pesquisa. As respostas vão trazer a essência para um conhecimento mais aprofundado a respeito das tragédias de Minas Gerais. A entrevista teve duração de duas semanas, o que não foi planejado, pois a ideia inicial era que os participantes respondessem em no máximo uma semana. Mas por conta das atividades do dia a dia e dos imprevistos de cada um, as entrevistas foram estendidas para mais uma semana. Uma forma de deixar os participantes com mais tempo para responder ou pesquisar mais sobre os dois casos.

A análise foi feita a partir das respostas de cada um, além de uma comparação entre as respostas para se compreender como cada um vê as ações ou as não ações das organizações da pesquisa.

Os entrevistados serão chamados de participante ou entrevistado A, B, C, consecutivamente. Tudo para preservar a identidades deles.

Cada entrevistado apresentou suas percepções. No momento em que foram questionados se conheciam os desastres e o que eles tinham em comum, as respostas foram unânimes, sendo que um dos participantes, mais precisamente D, relatou que as tragédias foram “Desastres inesquecíveis”, e foi além disso, trazendo informações como,

Mariana no ano de 2015, desastre de 19 mortes, que só não foi pior porque uma moradora conseguiu avisar as pessoas que moravam na região do desmoronamento da barragem. Era para ter sido um aprendizado porque o rompimento da barragem da Samarco era propriedade da Vale também era a mesma proprietária.

Há alguns relatos que se unem aos demais ao longo das entrevistas e em torno das questões apresentadas. Todos informaram que conheciam as tragédias, e quando foram perguntados o que elas tinham em comum, as respostas foram diversas.

O participante A relatou que “O que os dois têm em comum, primeiro, que foram causados pela negligência de aspectos ligados à segurança e segundo porque ambos foram desastres que afetaram muito a parte ambiental e tiraram vidas”. Já o participante B evidencia que “Além de todo desastre ambiental, a perda da cidade, além de recordar sobre as duas empresas”. O participante C observa que houve “Muita destruição. Destruição de vidas, destruição material e destruição ambiental, os estragos causados nas regiões atingidas pela lama, causam danos até hoje para os que vivem nelas”. [...]. E o participante D revela que “o desastre de Mariana foi um desastre mundial e três anos depois de Brumadinho protagonizar o maior desastre em termos de vida humana, nos últimos trinta anos. Ficamos horrorizados com esses acontecimentos”.

Os entrevistados apresentaram que as tragédias jamais serão esquecidas e, portanto, não tem como não lembrá-las. Outra questão que chamou a atenção ao se comparar os dois desastres, em termos de ação das empresas, foi o do participante A, ao relatar que

A Vale logo fez um pronunciamento. Já no caso de Mariana, acho que o pior foram os problemas com o auxílio às famílias. Se tivessem trabalhado nesse aspecto, juntamente com a questão ambiental acho que melhoraria um pouco a imagem da instituição.

Os demais participantes se mostraram incomodados com as ações das duas empresas. O participante B observa que

A Vale foi muito infeliz de sua parte com sua forma de agir não há planejamento e não demonstram. As duas empresas se colocaram como vítimas e demonstra além disso, que não aprenderam nada com a catástrofe de Mariana.

Outros pontos foram relatados na fala dos participantes, como o entrevistado C que relatou que “A empresa deveria ter sido um pouco mais empática, se colocar no lugar das vítimas e familiares. Na segunda tragédia já se percebe um pequeno avanço nessa questão”. E o participante D mostrou-se inconformado com a atitude da organização: “É inevitável pensar porque para mim é inevitável pensar pontos

negativos em questão da Vale porque a empresa é um exemplo de incompetência e descaso com tudo que aconteceu”.

Uma outra forma de compreender a maneira como as empresas agiram foi a partir da questão sobre quais ações os entrevistados fariam nestes casos. As estratégias foram diversas, entre elas: sinceridade, informação, humildade, entre algumas ações relatadas pelo participante C:

faria um programa de ações continuadas, algo que dure por um longo prazo, afinal os danos para a empresa foram muitos. Provocaria a parceria com entidades ambientais ou até criaria uma organização ambiental da Vale. Nessas situações, é preciso ter investimento da empresa e apoio da direção, para que todos caminhem na mesma direção, caso contrário, ações superficiais, só irão prejudicar mais a imagem da organização.

Já o participante D nos revela que:

Atuaria dentro da Vale com ações e estratégias que favorecessem para evitar os constrangimentos, bater em cima dos profissionais responsáveis por isso, dos engenheiros, possibilidade financeiras que tem. Pois, depois do estrago feito é difícil de se reverter, porém nada é esquecido, pois foram desastres a nível mundial. Quais serviços que nossa empresa oferece e os riscos que tem.

Cada profissional tem um olhar referente as ações que utilizar, porém, o mais importante é evidenciar o caráter proativo das ações. Em relação a crise, muitos relataram que poderiam ter sido evitadas e que os impactos foram de grande proporção. Alguns mencionaram a bolsa de valores da Vale, que teve queda, como relata o participante A. Outros já colocaram que a televisão brasileira foi a maior causadora do esquecimento do público referente as tragédias, por não mobilizar a opinião pública. A falta de auxílio psicológico para as famílias também esteve presente nas falas dos entrevistados.

No transcorrer das entrevistas, muitos colocaram que as empresas não investem em um profissional de Relações Públicas, o que foi o caso dos participantes C e D. Para o participante D:

Quem não conhece o trabalho de um Relações Públicas não sabe como é importante e como as empresas podem ganhar benefícios tendo contratação do profissional especializado e que tenha vontade de estudar sobre ela e que entre de cabeça na comunicação dela”.

Já o participante C observa que “... acho que existe a falta de um plano de comunicação, acho que falta para muitas organizações e gestores, acreditarem no profissional de comunicação”. E para encerrar as entrevistas, foi questionado o erro causado pelas empresas em uma crise. Muitos relataram o despreparo como foi o caso do entrevistado A, “Não estarem preparadas e perderem o “timing” de se pronunciar. O pior de todos os erros acho que é procurar encontrar um culpado para repassar a responsabilidade”. O entrevistado B enfatizou o lado humano do processo, dizendo que “O maior erro é não se colocar no lugar das pessoas e não dizer o óbvio, porque o óbvio também precisa ser dito. Pecam na agilidade, e precisa mostrar empatia. [...] . As pessoas precisam de atitudes e não apenas de palavras”.

Com isso, os demais participantes seguiram a linha de comunicar-se primeiramente, o que foi o caso do entrevistado C “Não saber como agir, o que fazer primeiro, como se comunicar com os diferentes públicos, qual é o plano de ação. Quando não se tem um plano a seguir, as decisões tomadas, muitas vezes, podem ser equivocadas pelo calor do momento”. E o entrevistado D evidencia ainda que “O maior erro é o desespero de saber que ela poderia ter evitado e depois que aconteceu ela talvez não ter como trabalhar com essa crise que aconteceu. E imediatamente entrarem em desespero exigir de um profissional de Relações Públicas uma solução para este acontecimento de imediato, pois o profissional sabe que não é bem assim”.

A partir das entrevistas realizadas com profissionais de Relações Públicas de Cachoeira do Sul e Santa Cruz do Sul, pode-se perceber que fica difícil destacar pontos positivos de ação na posição comunicacional das duas empresas. A falta de compromisso com o público e com os seus trabalhos chama a atenção através das notícias e das entrevistas, pois o descaso foi grande e continua sendo.

A comunicação tem papel fundamental nas vidas das pessoas, visto que ela é formadora da sociedade. Levando em consideração essa afirmação Ramos (2005, p.245) apresenta o olhar para um novo direito social: o “direito à comunicação”. Ou seja, através da comunicação ela pode desempenhar três direitos: civil, político e social.

O direito civil trata-se dos indivíduos, o livre arbítrio, todo e qualquer indivíduo tem direito de pensar e escolher o que lhe conferir, podendo ser chamados de primeira geração. Já o direito político, significa Estado democrático, ou seja, a

participação em questões sociais dentro da comunidade, visto como segunda geração.

A terceira geração diz respeito aos direitos sociais como: direito ao trabalho, estudo, casa, entre outros. Com as três gerações pode-se analisar que a comunicação tem papel fundamental nesse processo, sendo indispensável para a mudança do cotidiano.

Nesse sentido, é interessante “Acompanhar a sociedade para enfrentar necessidades evolutivas” (ROLANDO, 2011, p.25). O autor ressalta que uma empresa necessita de comunicação para enfrentar os percursos do dia a dia, sendo assim, estando mais preparada para crises que poderão vir conforme o tempo.

Com isso, deve-se aplicar a política de comunicação para realizar ações. Segundo Bueno:

Pode-se simplificarmente, conceituar política de comunicação como um processo articulado de definição de valores, diretrizes, normas e estruturas, que tem como finalidade orientar o desenvolvimento de ações, estratégias e produtos de comunicação para uma organização tendo em vista o seu relacionamento com os diversos públicos de interesse (BUENO, 2009 p. 310).

Para que se cumpra essa política, enquadrá-las também é necessário, visto que é necessário passar informações do que acontece dentro da empresa, principalmente quando se está em momentos de crise. Neste período se faz necessário o enquadramento. Deixando de responder ou passar informações para o público, abre caminho para novas redes de comunicação passarem informações inverossímeis. Com isso, a reação dos receptores muda se eles buscam mais de uma fonte de informação, o que fornece enquadramentos distintos sobre o mesmo tema ou acontecimento (ENTMAN, 1993).

O que significa uma mistura de informações. Ou seja, há grandes chances de se desenvolver notícias falsas que possam gerar ainda mais momentos tensos dentro de uma organização.

Enquadramento nada mais é do que: selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto, promovendo uma definição de problema em específico, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito. (ENTMAN, 1993, p.52 – Tradução nossa). A comunicação é fundamental no enquadramento da

notícia, passando esclarecimentos e release dos momentos internos ou de notas que saíram na imprensa.

Esse papel é adequado para os profissionais de Relações Públicas, pois com ele pode-se desenvolver estratégias de comunicação, planos pré-crise, pesquisas avançadas para evitá-las, além de outras ações. Somente um profissional de comunicação saberá as ferramentas corretas para serem utilizadas em momentos de crise em uma empresa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para uma boa pesquisa, é necessário a base teórica, a partir de estudos aprofundados sobre o tema, trazendo informações atuais, além de conceitos referente a análise a ser feita. É através dela que pode-se observar como algumas empresas lidam com as crises e como elas deveriam lidar. O conhecimento junto ao público é fator fundamental para uma pesquisa de trabalho, já que é apenas com o conhecimento que se pode ir em busca de novos caminhos e ampliar o aprendizado organizacional.

A pesquisa realizada em meios digitais abriu um leque de informações sobre os desastres ambientais de Mariana e Brumadinho no Brasil e no mundo, por estados e regiões, além de priorizar um recorte a partir de entrevistas realizadas com os profissionais de Relações públicas, que trouxe um olhar mais humano e técnico sobre os acontecimentos.

As mídias são meios de informações da sociedade, pois em todo lugar há presença delas. As notícias atravessam continentes, portanto elas cumprem um papel fundamental de informar. A partir de recortes da mídia brasileira, apresentamos alguns ângulos das notícias, como por exemplo: as vítimas da tragédia, a economia, o prejuízo nos valores da empresa, o caos da cidade, as dívidas da empresa com a crise, a crise de imagem, o crime ambiental, a falta de esclarecimento, a falta de compromisso, entre outros. Contudo, a ferramenta Google Trends evidenciou que as notícias duraram apenas alguns meses, e aos poucos as pessoas iam se esquecendo dos desastres ambientais ocorridos em Mariana e Brumadinho e de graves proporções ambientais e humanas.

O que se pode analisar é que a mídia brasileira preza por uma cobertura mais imediatista dos fatos, e que quando não há mais novidade, as consequências ou impactos da tragédia não merecem ser mais relatados com tanta frequência. Enquanto isso, em países como Canadá e Estados Unidos, as informações pós-desastre ambiental seguem sendo divulgadas.

Através das pesquisas online em sites de notícias e por meio da ferramenta do *Google Trends*, pode-se analisar que as ocorrências de informações sobre os desastres ambientais são muito grandes, sendo que evolve perdas importantes para os moradores locais.

Outro meio de pesquisa utilizado foram as entrevistas com profissionais que já exercem a atividade de Relações Públicas. Procurou-se profissionais de cidades diferentes, por conta das realidades distintas e visões diferenciadas, com isso, foram coletadas percepções relevantes para a pesquisa. Através da mesma, pode-se observar as opiniões referente a forma como as empresas Samarco e Vale lidaram com a crise de imagem e com a crise ambiental estabelecida.

De forma unânime os entrevistados apresentaram os desafios e problemas com que as empresas se posicionaram. Os entrevistados nos chamaram a atenção para as estratégias, plano e planejamento em geral falhos ou pouco qualificados. Os entrevistados sugeriram que seguir planos de outras empresas que passaram por problemas semelhantes e que deram certo pode ser uma escolha. Alguns dos entrevistados acreditam ainda que a comunicação interna é uma grande aliada no processo de pré-crise.

Porém, cada empresa tem sua estratégia e seus objetivos para combater qualquer tipo de crise estabelecida, e nem sempre é fácil estar pronto para combatê-la. Vale lembrar que nem todas as empresas passam por momentos como estes. No caso da Samarco e da Vale, ambas deveriam ter ciência de que isso um dia poderia ocorrer, mas optaram por não investir no planejamento de riscos. Os relatos dos funcionários e da advogada da Vale, como observados nesse trabalho de pesquisa, evidenciam que havia sim riscos de desmoronamento a qualquer momento. Tudo indica que a tragédia se tornou ainda maior com o descaso e a falta de planejamento de riscos adequado.

Por conta das catástrofes, centenas de pessoas perderam suas vidas em meio a lama. Considerado o maior desastre ambiental dos últimos tempos, Brumadinho poderia não ter sofrido tanto caso houvesse planejamento e gestão adequados.

Ao comparar as duas tragédias, a empresa Vale se pronunciou rapidamente sobre o ocorrido, sendo que Samarco até hoje não se pronunciou de forma condizente com as proporções do desastre. A Vale continua ainda seus trabalhos em buscar corpos e para eliminar a lama da cidade. A Vale pagou um valor em dinheiro para as famílias, mas continua com dívidas na justiça, a Samarco não pagou nada e continua com dívidas na justiça.

Não há como encontrar pontos positivos em meio as tragédias como estas que poderiam ter sido evitadas e ter riscos amenizados quando ainda havia tempo.

O trabalho de pesquisa chama a atenção para o fato de que algumas empresas não medem esforços para alcançar seus objetivos financeiros, podendo sacrificar vidas humanas e o meio ambiente em função do lucro.

A pesquisa foi fundamental para entender e acompanhar como a cultura organizacional também influencia na tomada de decisões dentro de uma organização e como algumas são resistentes em contratar profissionais capacitados que podem auxiliar positivamente nos trabalhos. Enquanto não trabalharem processos que envolvem a gestão da mudança e a comunicação de risco, tragédias como estas ocorrerão futuramente. Atualmente, existem centenas de barragens sem vigilância no Brasil, e que correm o risco de romperem futuramente. Até quando as empresas ficarão de olhos fechados para a sua população?

Esses questionamentos não poderão ser detalhadamente respondidos, pois cada organização possui maneiras específicas de lidar com acontecimentos do cotidiano. Isso poderá levar anos até que a grande maioria das empresas que lidam diretamente com questões que afetam o ecossistema se dê conta de que um profissional de comunicação possa realizar um planejamento comunicacional de gerenciamento de crise com excelência.

Entre as estratégias comunicacionais que poderiam ter sido utilizadas para minimizar a crise de imagem e reputação das empresas Samarco e Vale, destacamos a partir da fala dos nossos entrevistados: assumir a responsabilidade, agir preventivamente, não economizar em recursos para resolver o problema, pronunciar-se rapidamente sobre os acontecimentos, fornecer detalhes para a sociedade e opinião pública, possuir um porta-voz estratégico e sobretudo, aprender com os erros.

Ao se encerrar uma crise é importante ter consciência que os desafios não se encerram com a crise em si. As organizações precisam aprender com os erros. Empresas mineradoras do porte da Samarco e Vale deveriam estar preparadas para situações de crises emergenciais, principalmente agindo com antecedência e preparo. As lacunas sobre as questões socioambientais precisam de atenção por parte das empresas. Os ecossistemas e a sociedade precisam ser respeitados e o profissional de comunicação pode contribuir de forma efetiva nesse processo.

REFERÊNCIAS

ABRAAP, Associação Brasileira das Entidades. **Comissão técnica regional centro-norte de comunicação e marketing. Manual de gestão de crise e imagem.** São Paulo, 2015. Disponível em:

<http://www.abrapp.org.br/GuiasManuais/manual_gestao_criseeimagem.pdf>.

Acesso em: 15 abr. 2019.

ANDREONI, Manuela; REIS, João Montenegro da S. Pereira; ELHAJJI, Mohammed. **Introdução à Comunicação Ambiental.** Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Natal, p. 1-10, 6 set. 2008. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/r3-1638-6.pdf>>.

Acesso em: 27 mar. 2019.

AZEVEDO, Ana Lucia. **Acidente em Mariana é o maior da história com Barragens de Rejeitos.** Rio de Janeiro, 17 nov. 2015. Disponível em:

<<https://oglobo.globo.com/brasil/acidente-em-mariana-o-maior-da-historia-com-barragens-de-rejeitos-18067899>>.

Acesso em: 8 jun. 2019.

BRINGMANN, Deise Renata; CONTO, Suzana Maria De; PRATES, Maria Pires.

Comunicação Ambiental: requisito a ser explorado na sustentabilidade dos meios de hospedagem. III Simpósio Nacional sobre Gestão Ambiental de Empreendedorismo Turístico - AMBIENTUR, Antônio Prado - RS, p. 1 - 7, 14 jun. 2017. Disponível em:

<<https://siambiental.ucs.br/ambientur/getArtigo.php?id=26>>.

Acesso em: 26 mar. 2019.

BRITO, Raquel. **Desastres Ambientais: causas, consequências, e alguns dos maiores desastres do Brasil e do mundo.** [S. l.], 16 maio 2018. Disponível em:

<<https://www.stoodi.com.br/blog/2018/05/16/desastres-ambientais/>>.

Acesso em: 9 jun. 2019.

BUSO, Maria Juliana de Lima. **Desafios da Comunicação na Gestão da Sustentabilidade Ambiental das Organizações Contemporâneas.** Repositório UNESP, Rio de Janeiro, p. 1 - 108. 2010. Disponível em:

<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/118440/buso_mjl_tcc_bauru.pdf

?sequence=1>.

Acesso em: 25 mar. 2019.

CASSALI, Nina Kojá. Desastres Ambientais: regulação e métodos de compensação.

Revista de Direito da Empresa e dos Negócios, São Leopoldo, 2017. Disponível em:

<<file:///C:/Users/User/Downloads/15750-57379-1-SM.pdf>>.

Acesso em: 22 abr. 2019.

DELOITTE. **Manual de Gestão de Crises para Relações com Investidores:**

comunicação e estratégia para a preservação de valor. Deloitte: [s. n.], 2015.

Disponível em:

<<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/risk/Manual-Gestao-Crises-para-RI.pdf>>.

Acesso em: 21 abr. 2019.

DIEGUES, Sílvia Cristina Pires. **A Comunicação de Crise e a Web 2.0: um retrato de empresas portuguesas**. Boccu Ubi, Covilhã, p. 1 - 114, 13 jun. 2011. Disponível em: <<http://www.boccu.ubi.pt/pag/m-comunicacao-estrat-2011-silvia-diegues.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2019.

FONSECA, Bruno. **Brasil registra mais de três acidentes em barragens por ano. Publica - Agência de Jornalismo Investigativo**. Rio de Janeiro, p. 1, 30 jan. 2019. Disponível em: <<https://apublica.org/2019/01/brasil-registra-mais-de-tres-acidentes-em-barragens-por-ano/>>. Acesso em: 26 abr. 2019.

GALLELI, Giovanna Migotto da Fonseca; LEITZKE, Milene Rocha Lourenço. **Crise ambiental e crise de informação: reflexões sobre a opinião pública no contexto da sustentabilidade**. Revista USP - Espaço Aberto, [S. l.], p. 16 - 25, 14 out. 2016. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139335/134676>>. Acesso em: 22 abr. 2019.

GESSI, Nedisson Luis ; GREGORY, Marcos; JR, Helmuth Grossmann. **A internet muito além de um meio de comunicação**. Fema, Santa Rosa, p. 1-16, 2016. Disponível em: <<http://www.fema.com.br/sitenovo/wp-content/uploads/2016/09/1-A-Internet-Muito-Al%C3%A9m-de-um-Meio-de-Comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2019.

GOULART, Matheus Fontella; TEIXEIRA, Isadora Severo; KEGLER, Jaqueline. **Samarco Mineradora S.A. e o desastre em Mariana: (I)rresponsabilidade Social e falhas comunicacionais**. Intercom - 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, p. 1 - 11, 9 set. 2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0915-1.pdf>>. Acesso em: 9 jun. 2019.

JACONI, Sônia Maria Ribeiro. **Comunicação de Crises: gestão e desafios**. Revista Metodista, São Paulo, p. 1 - 12, 7 jul. 2006. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/ReFAE/article/viewFile/2155/2197>>. Acesso em: 20 abr. 2019.

KAEFER, Érica Marte Caccatto et al. **Desastres ambientais e conflitos**. Sinus, [S. l.], p. 245 - 277. 2011. Disponível em: <<http://www.sinus.org.br/2011/press/downloads/pnuma.pdf>>. Acesso em: 21 abr. 2019.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **A comunicação na gestão de sustentabilidade das organizações**. São Caetano do Sul, São Paulo: Difusão, 2009.

LAGO, Antônio Carlos. **Relações Públicas: ferramentas estratégicas para o meio ambiente**. DF, 2019. Disponível em: <<http://www.ambientelegal.com.br/relacoes-publicas-ferramentas-estrategicas-para-o-meio-ambiente/>>. Acesso em: 9 jun. 2019.

LIMA, Myrian Del Vecchio De et al. **A comunicação ambiental e suas potencialidades no enfrentamento dos dilemas socioambientais**. Academia Edu, Curitiba, p. 1-83, 10 jun. 2015. Disponível em:

<https://www.academia.edu/15304247/A_comunica%C3%A7%C3%A3o_ambiental_e_suas_potencialidades_no_enfrentamento_dos_dilemas_socioambientais>. Acesso em: 25 mar. 2019.

MASCARENHAS, Maria Paula Vilhena; COSTA, Cristiana dos A. Fernandes.

Responsabilidade social e ambiental das empresas: uma perspectiva sociológica. Repositorium. Braga, p. 1-27. Disponível em:

<<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/23915/1/Responsabilidade%20Social%20e%20Ambiental%20das%20Empresas.%20Uma%20perspectiva%20sociologica.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2019.

OLIVEIRA, Carlos Roberto de. **A comunicação ambiental como estratégia organizacional:** um estudo da aplicabilidade da norma NBR ISO 14063:2009.

Comunicação e Cultura Uniso, Sorocaba, p. 1-72, 10 jun. 2015. Disponível em:

<<http://comunicacaoecultura.uniso.br/producao-discente/2015/pdf/carlos-oliveira.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2019.

OLIVEIRA, Carlos Roberto de. **Comunicação ambiental como estratégia organizacional.** 9º Interprogramas de Mestrado, São Paulo, p. 1-12. 2014.

Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Carlos-Roberto-de-Oliveira.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2019.

PAHO, Pan American Health Organization. **Desastres naturais e saúde no Brasil:** Série Desenvolvimento Sustentável e Saúde 2, Brasília, p. 1 - 56. 2015. Disponível em:

<https://www.paho.org/bra/images/stories/GCC/desastresesaudebrasil_2edicao.pdf> Acesso em: 22 abr. 2019.

PASSARINHO, Nathalia. **Por que o Brasil não tem como saber se suas barragens são seguras.** Londres, 2 mar. 2019. Disponível em:

<<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47240090>>. Acesso em: 7 jun. 2019.

POLÍTICA de Comunicação da UDESC. In: **UDESC - Universidade do estado de Santa Catarina. Manual de gestão de crise.** Santa Catarina. [s. n.], 2007.

Disponível em:

<https://www.udesc.br/arquivos/udesc/documentos/0_70526500_1476729509.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2019.

ROCCHI, Giacomo de. **Comunicação organizacional no gerenciamento de crise: Estudo do caso "Rato na Coca-Cola".** Lume UFRGS, Porto Alegre, p. 1 - 86. 2014.

Disponível em:

<<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/103378/000933124.pdf?sequencia=1>>. Acesso em: 12 abr. 2019.

ROCHA, Gabriela Silveira; SOARES, Venozina de Oliveira. **Resistência e participação dos movimentos sociais na construção de grandes barragens no Nordeste.** *Revista Alcance - Eletrônica*, v. 16., Bahia, p. 1 - 11. Disponível em:

<<http://www.uesb.br/eventos/ebg/anais/7e.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2019.

RODRIGUES, Leo. **Terrenos cobertos por lama na tragédia de Brumadinho têm minério**. BRASÍLIA, 29 maio 2019. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-05/terrenos-cobertas-por-lama-na-tragedia-de-brumadinho-tem-minerio>>. Acesso em: 9 jun. 2019.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; FONTES, Giulia Sbaraini; FERRACIOLO, Paulo. **Molduras de uma tragédia anunciada: enquadramento do desastre de Mariana**. Intercom - RBCC, São Paulo, p. 55 - 72, 26 set. 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v40n3/1809-5844-interc-40-3-0055.pdf>>. Acesso em: 2 jun. 2019.

SGORLA, Fabiane. **A responsabilidade social das organizações privadas: das práticas à gestão**. **Revista Alcance - Eletrônica**, v. 16, Brasília, p. 393 - 403, 30 set. 2009. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/html/4777/477748588008/>>. Acesso em: 23 mar. 2019.

SHINYASHIKI, Roberto Tadeu; FISCHER, Rosa Maria; SHINYASHIKI, Gilberto. **A importância de um sistema integrado de ações na gestão de crises**. **Revista USP, Organicom**, p. 151 - 159, 14 out. 2017. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138931/134279>>. Acesso em: 23 abr. 2019.

SILVA, Júlia Matos. **Comunicação, interesse público e organizações: uma análise de vídeos da Samarco no canal Youtube sobre a tragédia de Mariana**. UFRGS, Porto Alegre, p. 1 - 89. 2016. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/157374/001013070.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 5 jun. 2019.

TERRA, Carolina Frazon. **Comunicação corporativa digital: O futuro das Relações Públicas nas redes**. Teses USP, São Paulo, p. 1 - 173, 7 jul. 2006.

ZUNTINI, Amanda Sonogo. **Ferramenta de gestão ambiental aplicada à indústria de aparelhos eletromédicos e eletroterapêuticos e equipamentos de irradiação**. Repositório Ufpr, [S. l.], p. 1- 52. 2015. Disponível em: <http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/3512/1/CM_COEAM_2014_2_01.pdf>. Acesso em: 9 jun. 2019.

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e participar na pesquisa de campo referente a pesquisa intitulado Uma análise comunicacional pós-crise ambiental: Reflexões a partir dos casos de Mariana e Brumadinho, desenvolvida por Larissa da Silva Stumpf. Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é orientada por Grazielle Batina Brandt, a quem poderei consultar a qualquer momento que julgar necessário através do e-mail grazielle@unisc.br.

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais é analisar a postura das empresas Vale e Samarco perante a crise de imagem.

Minha colaboração se fará de forma anônima, por meio de entrevista semiestruturada. O acesso e a análise dos dados coletados se farão apenas pela pesquisadora e seu orientador.

Fui ainda informado(a) de que posso me retirar dessa pesquisa a qualquer momento, sem prejuízo para meu acompanhamento ou sofrer quaisquer sanções ou constrangimentos.

Assinatura do(a) participante: _____

Assinatura da pesquisadora: _____

APÊNDICE B - ROTEIRO DA ENTREVISTA

PESQUISA PARA OS PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

- 1) Você se lembra dos desastres? O que eles têm em comum?
- 2) Como você analisa a forma como a empresa agiu?
- 3) Como profissional de Relações Públicas, como você agiria em casos como estes?
- 4) Qual o impacto que as organizações tiveram ao público após a estratégia utilizada para combater a crise?
- 5) Em sua opinião as crises poderiam terem sido evitadas? Como?
- 6) O que acontece com as organizações em tempos de crise? Existe a falta de um plano pré-crise?
- 7) Qual o maior erro causado pelas empresas ao se depararem com crise?