

O protagonismo das populações locais nas crises de Mariana e Brumadinho na imprensa nacional e regional

The protagonism of local populations in the Mariana and Brumadinho crises in the national and regional press (EN: 139-158)

Clésio Teixeira*

Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa

DOI: 10.33167/2184-0644.CPP2021.VVIIN2/pp.159-181

RESUMO

Em 2015 e 2019, respectivamente nas cidades de Mariana e Brumadinho, no estado de Minas Gerais (Brasil), ocorreram os dois maiores desastres ambientais e trabalhistas da história do país, com o rompimento de duas barragens de rejeitos de minério de ferro. Esses desastres tiveram grande impacto na vida das comunidades aonde ocorreram e receberam forte atenção dos *media* brasileiros e internacionais. Este artigo analisa os destaques que os órgãos de comunicação social impressos de maior circulação nacional (*Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Veja* e *Época*) e regionais do estado de Minas Gerais (*Estado de Minas* e *O Tempo*) destinaram, em primeiras páginas, à cobertura desses eventos no período de um ano após esses incidentes. Recorreu-se à análise quantitativa do conteúdo de 3.148 capas desses jornais e revistas para apurar os atores e temas mais destacados. Neste trabalho constatou-se: (i) o protagonismo das populações locais, como atores mais destacados, retratados em seus testemunhos e histórias pessoais; (ii) a diferença entre os temas mais destacados, em Mariana sobressaíram publicações sobre danos ambientais e, em Brumadinho, destacou-se a ameaça de novos desastres; e (iii) o maior destaque dado pelos órgãos de comunicação re-

Artigo recebido a 04/09/2020 e aprovado para publicação pelo Conselho Editorial a 20/11/2020.

* E-mail: clesio.a.teixeira@gmail.com

gionais em comparação com os nacionais. Esse estudo proporciona às comunidades locais saberem como foram representadas e como as suas demandas e mobilizações foram acolhidas pelos órgãos de comunicação. Além disso, o artigo oferece elementos para discussão e emprego das ferramentas da comunicação estratégica na mobilização das populações locais e para a reparação dos danos à imagem das organizações envolvidas.

Palavras-chave: comunicação em situação de crise, cobertura midiática, análise de conteúdo quantitativa, Mariana, Brumadinho

ABSTRACT

In 2015 and 2019, respectively, in the cities of Mariana and Brumadinho, in the state of Minas Gerais (Brazil), the two most significant environmental and labor disasters in the history of the country occurred. Two iron ore tailings dams ruptured. These disasters had a considerable impact on the lives of the communities where they happened, and received widespread coverage in the Brazilian and international media. This article analyzes the highlights from printed media with the most significant national circulation (Folha de S. Paulo, O Globo, Veja, and Época) as well as regional ones in the Minas Gerais State (Estado de Minas and O Tempo). The article concentrates on the first pages of the chosen media's coverage within one year after these incidents. Quantitative analysis of the content of 3,148 covers of these newspapers and magazines was used to determine the most prominent actors and themes. The main highlights of this paper are: (i) the role of local populations, as the most prominent actors, portrayed in their testimonies and personal stories (ii) the difference between the most prominent themes, which were, in Mariana, publications on environmental damage, and, in Brumadinho, the threat of new disasters; and (iii) the greater emphasis given by the regional media in comparison to the national ones. This study provides local communities with information about how they were represented and how the press received their demands and mobilizations. The article also offers elements for discussion and the use of strategic communication tools in the mobilization of local populations and the repair of damage to the image of the organizations involved.

Keywords: crisis communication, media coverage, quantitative content analysis, Mariana, Brumadinho

1. Introdução

O rompimento de duas barragens de rejeitos de minério de ferro em Mariana (2015) e Brumadinho (2019), com cerca de 300 mortos e imensurável dano ambiental, levou duas das maiores mineradoras do mundo, a Samarco S.A. e a Vale S.A. a vivenciar uma crise de imagem e de reputação sem precedentes e colocou em xeque a própria indústria da mineração em Minas Gerais e no Brasil. Ao repetir a dinâmica do desastre de Mariana, o caso de Brumadinho reforçou as denúncias de má conduta das empresas, que teriam falhado na construção e manutenção das barragens. Devido às graves consequências ambientais, econômicas e humanas – com centenas de mortos, severa degradação da qualidade de vida e ameaça à segu-

rança de moradores e trabalhadores das companhias –, os desastres são exemplos significativos de crise no âmbito das organizações, maximizada também pela forte repercussão nos órgãos de comunicação social no Brasil e no exterior.

Com foco na tragédia humana e ambiental, os *media* construíram uma agenda midiática centrada nos danos aos rios e florestas e na repercussão na vida das populações locais, o que exige dessas organizações estratégias de comunicação para recuperação da imagem e para reconstrução de suas reputações. Uma campanha de comunicação estratégica para enfrentar graves crises deve se sustentar no amplo conhecimento do ambiente e da organização, bem como na identificação dos públicos (interno e externo) e partes interessadas (Steyn, 2004). Em uma crise, tenha as características e dimensões que tiver, sobressai a questão comunicativa, que exige a construção de uma narrativa e uma estratégia de resposta (Hearit & Roberson, 2009).

É preciso que se leve em conta, ainda, que os seres humanos se envolvem em padrões recorrentes de comportamento de comunicação estabelecidos para reduzir, reparar ou evitar danos à reputação ou à imagem diante de um quadro em que essa reputação é questionada por uma má ação. Nesse aspecto, a análise de conteúdo da cobertura da mídia, além do caráter documental de seus efeitos, pode ser usada também para medir o sucesso do discurso de reparação da imagem (Burns & Bruner, 2000). Os gestores de crises precisam conhecer em detalhe as decisões editoriais adotadas pelos órgãos de comunicação social na cobertura dessas crises. Precisam saber quais os atores e temas mais destacados, isso é, quem surge como protagonista e os assuntos com eles relacionados, a frequência dessas publicações e que tipo de agenda em construção pelos *media*.

Investigou-se, para tanto, o destaque que os órgãos de comunicação social impressos de maior circulação no Brasil (*Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Veja* e *Época*) e em Minas Gerais (*Estado de Minas* e *O Tempo*) destinaram, em suas capas, à cobertura dos dois eventos no primeiro ano após os acidentes. O estudo permitiu conhecer que as populações locais sobressaíram como os atores mais destacados, relacionados principalmente com os dramas que viveram em função dos desastres, e fornece informações relevantes sobre como elas foram retratadas e como as suas mobilizações, iniciativas, demandas e necessidades foram acolhidas. Oferece, também, um contributo aos gerentes de crises para a formulação de suas estratégias de comunicação e de suas mensagens.

Para a concretização desta investigação foram estabelecidas três questões de pesquisa: 1) quais foram os atores mais destacados nas manchetes ou chamadas publicadas nas capas dos jornais e revistas no período do estudo; 2) quais os temas mais destacados nas manchetes e chamadas; 3) com que frequência os órgãos de comunicação abordaram em suas capas os desastres de Mariana e Brumadinho?

Este artigo está dividido em três pontos. No primeiro são explicitados os conceitos relacionados com a comunicação de crise, a imagem, a reputação, as estratégias de respostas e o enquadramento da notícia. Prossegue com a apresentação das opções metodológicas, técnicas de recolha e análise de dados e questões de pesquisa. O terceiro ponto é dedicado à apresentação e análise dos resultados, bem como das implicações da investigação.

2. Crise, comunicação em situação de crise e estratégias de respostas

Diversos autores (e.g. Benoit, 1997; Benoit, 2002; Burns & Bruner, 2000; Coombs & Holladay, 2002; Coombs, 2007; Coombs & Holladay, 2008; Spence, Lachlan & Griffin, 2007; Hearit & Roberson, 2009; Roper, 2012) têm investigado a importância de estratégias e técnicas cientificamente testadas a serem adotadas pelas organizações para atravessarem momentos de crises de imagem e preservarem suas reputações. No entanto, há conceitos-chave que devem ser clarificados para maior compreensão do tema.

É preciso, inicialmente, conceitualizar o que é crise, definida como evento inesperado, não rotineiro, que cria elevado nível de incerteza, ameaça objetivos de alta prioridade e que coloca em risco a vida e a propriedade de uma organização, de um indivíduo ou o bem-estar da comunidade. Já a comunicação de crise pode ser entendida como aquilo que as empresas dizem ou fazem para superar um momento de crise e no pós-crise (Coombs & Holladay, 2008; Spence, Lachlan & Griffin, 2007).

Os estudos em comunicação de crise oferecem às empresas responsabilizadas por má conduta estratégias para dar respostas aos diversos públicos, interno e externo, sobre suas ações (Hearit & Roberson, 2009). Essas estratégias apontam, em princípio, duas direções: desviar a atenção das acusações ou confrontar as alegações de má conduta. A negação, ação corretiva, mortificação e compensação são estratégias que compõem o cardápio do enfrentamento das acusações de forma direta. As estratégias que se sustentam no desvio de atenção podem incluir o contra-ataque, mudança de culpa, minimização e deturpação (Hearit & Roberson, 2009). A teoria situacional da comunicação de crises (Coombs, 2008) sugere que os gerentes devem combinar as respostas estratégicas a situações de crise com o nível de responsabilidade e ameaça à reputação representadas por aquelas situações. A avaliação do tipo, do histórico e de relacionamento anterior com situações de crise ajudará os gerentes a prever o nível de ameaça à reputação, bem como identificar de que maneira os públicos envolvidos podem perceber e atribuir responsabilidade à crise.

A Vale e a Samarco são grandes mineradoras com ações abertas no mercado de valores e, por isso, dependem, também, de sua imagem na opinião pública. O

que Lippmann define como «a imagem de si próprios, dos outros, de suas necessidades, propósitos e relacionamentos, são suas opiniões públicas» (2008, p. 40). Portanto, é de interesse dessas corporações atravessar a crise que os desastres lhe impõem e recuperar a credibilidade junto ao público. Sendo que as organizações contam com múltiplas possibilidades de ferramentas para influenciar seus públicos acerca da sua imagem, como publicidade, relações com a comunidade, marketing direto, *lobby*, relações com a mídia, patrocínio e eventos (Löwensberg, 2009). Em um mundo extremamente competitivo, as organizações, públicas e privadas, disputam atenção, admiração e engajamento de seus públicos, constituídos por funcionários, investidores, clientes, etc. (Hallahan et al., 2007), e cada um desses públicos têm interesses e objetivos próprios e interagem diretamente com as organizações e entre si (Figura 1), com maior ou menor poder de influenciar as decisões dessas empresas. Uma rede de relacionamentos em que não há protagonismos ou centralidade das organizações ou dos *media* (Coombs & Holladay, 2013).

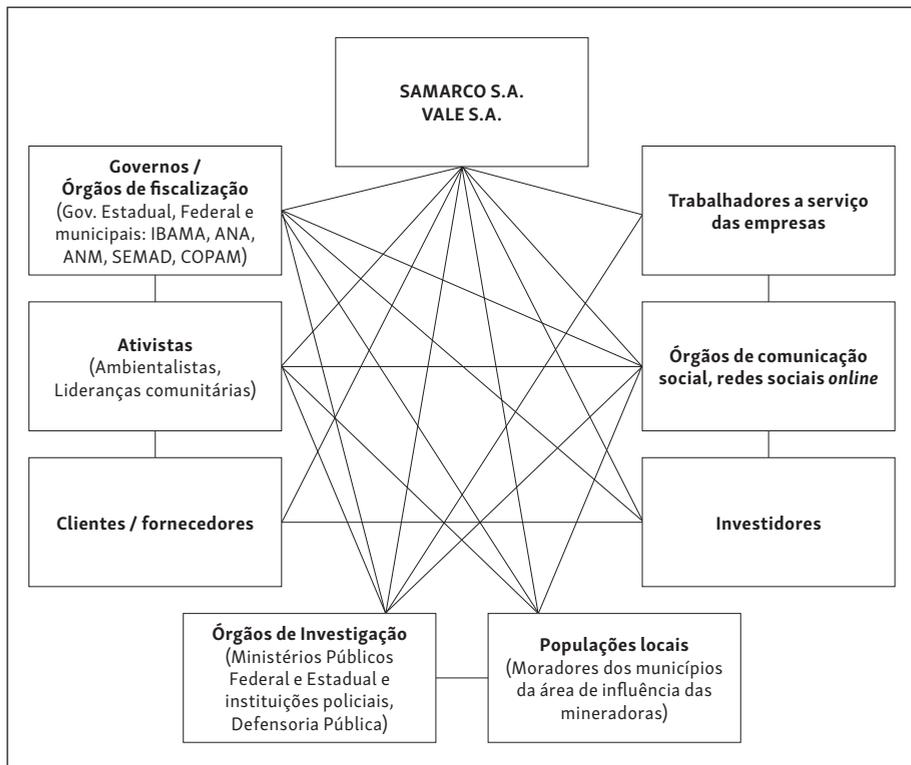


FIGURA 1. Rede dos públicos e seus relacionamentos nos casos Samarco e Vale

Fonte: Elaboração própria a partir de modelo de Coombs e Holladay (2013).

A mobilização das populações locais pela reparação dos danos causados pelo desastre de Brumadinho exemplifica como atuam os grupos de interesse que alteram as decisões da companhia, como interagem entre si. A pressão das populações locais, em articulação com o Ministério Público, e a exposição das negociações pelos órgãos de comunicação social, levaram ao acordo que estendeu o pagamento de auxílio financeiro emergencial aos atingidos pela tragédia durante todo o ano de 2020, e não por sete meses, como queria a mineradora (Estado de Minas, 2019). Outro exemplo é um grupo de 110 investidores, com US\$ 14 trilhões, comandados pelo fundo *The Church of England*, que, após o desastre de Brumadinho, passaram a questionar 727 mineradoras no mundo por mais segurança e transparência na gestão de suas barragens (Estado de Minas, 2020).

2.1 Comunicação em situação de crise e em desastres

As investigações em comunicação de crises têm se destacado nos estudos da comunicação estratégica e abordado os mais diversos temas (Diers-Lawson, 2017), como a cobertura dos órgãos de comunicação social quanto à responsabilização pela crise organizacional e às estratégias de respostas (An, Gower & Cho, 2011); se a relação de dependência prevista entre a responsabilidade pela crise e a reputação da organização ocorre em vários tipos de crises (Coombs & Holladay, 2002); e, como o efeito *halo* — a reputação favorável antes de uma situação de crise — pode ocorrer e qual o seu papel em períodos de crise e pós-crise (Coombs & Holladay, 2006).

A pesquisa em comunicação de crises registrou avanços importantes com estudos empíricos, como aqueles aplicados à teoria situacional da comunicação de crises, que passou a oferecer um conjunto de diretrizes sobre as ações a serem empreendidas pelos gestores para resposta às crises e para proteger a reputação das organizações (Coombs & Holladay, 2007).

A comunicação em situação de crise em desastres também tem recebido a atenção dos pesquisadores (e.g. Purworini, Purnamasari & Hartuti, 2019; Spence et al., 2007). Sarlos e Szondi (2015), por exemplo, analisaram o papel dos *media* no desastre ambiental ocorrido na Hungria em 2010, quando uma barragem de resíduos resultantes do processamento da bauxita em alumínio rompeu e provocou a morte de 10 pessoas, feriu 120 e devastou mais de mil hectares de terras aráveis.

As pesquisas em comunicação de crises também apontam o padrão temporal da cobertura pela mídia dos desastres naturais e industriais. Em seus momentos iniciais, as crises registram uma explosão de cobertura, seguida por um declínio, sempre contínuo e lento, mas de certa forma constante. Quando estão em causa questões ambientais, como nos casos de Mariana e Brumadinho, demora-se mais por dar a crise como resolvida (Sarlos & Szondi, 2015).

2.2 Imagem, reputação e reparação

À forma como uma determinada organização é vista pelos seus públicos dá-se o nome de imagem, algo comparável a uma fotografia tirada em um determinado momento por um indivíduo. Por sua característica de reflexo, a imagem está ligada a um determinado tempo e espaço; logo, a análise de uma série dessas fotografias pode revelar a reputação de uma organização (Löwensberg, 2009). A reputação organizacional está entrelaçada com o conceito de imagem e, juntas, formam um conjunto complexo de expressões e avaliações organizacionais.

A reputação tem aspectos e características mais profundas do que a imagem. Isso se dá por se tratar de uma avaliação que as partes interessadas — qualquer grupo que possa afetar ou ser afetado — fazem sobre as organizações, tendo em vista todo o seu comportamento no passado. A reputação pode ser entendida como um ativo precioso, uma vez que pode atrair, gerar investimentos e cativar e manter talentos (Coombs, 2007). Portanto, a reputação configura-se como um recurso essencial para as organizações e para os indivíduos (e.g. Benoit, 1997; Burns & Bruner, 2000; Coombs & Holladay, 2008; Eriksson & Eriksson, 2012). Benoit (1997) aponta que o início para definir uma estratégia de resposta à crise é responder a duas questões básicas: se o acusado é o responsável pela ação e se esse ato é considerado ofensivo.

2.3 A construção da agenda midiática

Os fundamentos da construção da agenda (*agenda-setting*) estão na qualidade e no tipo de atenção que são dados aos eventos noticiosos, e podem ser relacionadas com agendas da mídia, pública e política, que interagem em diversos momentos e em graus também diversos, sem que a agenda da mídia se apresente como dominante (DeSanto, 2013). A teoria do agendamento lançou suas bases com investigações que objetivavam compreender e interpretar fatos relacionados à cobertura pela mídia de processos eleitorais, sobre os efeitos e importância da mídia com relação ao público na criação da agenda.

Nestes cerca de 50 anos após seus pressupostos iniciais, o agendamento apresenta-se como uma teoria forte e ampla, mostrando diversas outras faces, como as investigações sobre a necessidade de orientação, definição da agenda de rede e a *agendamelding* (como se entrelaçam as agendas cívicas da mídia e as comunidades referenciadas com as experiências pessoais). Esses três pontos da agenda destacam-se tendo em vista a contemporaneidade dos temas, mas há outras faces também relevantes do agendamento. Entre eles o estabelecimento básico da agenda, a configuração dos atributos da agenda e a origem da agenda da mídia (McCombs, Shaw & Weaver, 2014).

O enquadramento (*framing*), como extensão do agendamento, apresenta-se como uma ferramenta para compreender a construção dos conteúdos das mensagens e a sua interpretação pelo público. O quadro estabelece um arco que destaca a mensagem e contribui para a definição de seu significado, ao concentrar a atenção em elementos específicos e excluir ruídos ou mesmo elementos contraditórios que dificultam a sua compreensão (Hallahan, 2013). Sendo, portanto, útil para as relações públicas na construção das mensagens e na compreensão de como se dá o processo de criação das notícias pelos jornalistas. O enquadramento pode ser classificado em sete tipos: situações, atributos, escolhas, ações, questões, responsabilidade e notícias (Hallahan, 1999). O enquadramento da notícia trata dos aspectos de como as notícias são retratadas ou enquadradas pela mídia e se traduz no esforço para explicar ideias complexas e abstratas, atraindo muitas das características dos demais enquadramentos.

Destacam-se, ainda, como fatores que influenciam os jornalistas no tratamento de uma determinada questão, as normas e valores sociais, pressões e restrições das organizações, pressões de grupos de interesse, rotinas jornalísticas e orientações ideológicas ou políticas dos próprios profissionais de imprensa (Scheufele, 2000). Sendo que a definição da agenda e a preparação (*priming*) atende em dois níveis, o macroscópico, quando a agenda é examinada com base na agenda da mídia; e o microscópico, quando a definição da agenda é examinada com base na audiência e na relevância de determinados problemas na memória de uma pessoa. E que se traduz em três processos diferentes: criação, definição e preparação da agenda.

2.4 Os desastres de Mariana (2015) e Brumadinho (2019)

A tentativa de manter a reputação empresarial positiva diante de acionistas e investidores para alcançar a liderança mundial em valor de mercado no setor da mineração acabou de forma trágica para a mineradora Vale S.A., ao provocar a morte de 270 pessoas (trabalhadores da própria companhia, prestadores de serviços e membros da população local) e danos ambientais de grandes proporções no município de Brumadinho. Essa é a síntese da denúncia criminal apresentada pelo Ministério Público de Minas Gerais, que acusa 16 pessoas por homicídios dolosos duplamente qualificados e por diversos crimes ambientais decorrentes do rompimento da Barragem I, na Mina Córrego do Feijão, em Brumadinho. A denúncia foi recebida pelo Juiz da Vara Criminal de Brumadinho, em 14 de fevereiro de 2020, tornando réus todos os 16 denunciados, que formavam a cúpula de gestão da Vale e da Tüv Süd (TJMG, 2020).

O desastre em Brumadinho repetiu o enredo de outro rompimento de barragem de rejeitos de minério de ferro localizada no município de Mariana, também em Minas Gerais, a 100 km da Mina Córrego do Feijão. Em 5 de novembro de 2015,

a lama proveniente da barragem de Fundão, operada pela mineradora Samarco — que tem no seu quadro de controladores a própria Vale e a mineradora australiana BHP Billiton —, matou 19 pessoas, afetou 39 municípios nos estados de Minas Gerais e Espírito Santo e percorreu mais de 600 km pelo rio Doce e seus afluentes, até contaminar o Oceano Atlântico, devastando fauna e flora por onde passou (Estado de Minas, 2019).

O desastre de Brumadinho chamou a atenção para outras 816 barragens de rejeitos de minério no país. No entanto, em janeiro de 2020, um ano após o desastre de Brumadinho, apenas 274 haviam sido fiscalizadas pela Agência Nacional de Mineração (ANM), resultando na interdição de 41, das quais 22 encontram-se em Minas Gerais. As interdições mostram que esse é um problema nacional, com ocorrência em todas as regiões geográficas brasileiras: foram interditadas 3 barragens em São Paulo e 1 no Rio de Janeiro (Região Sudeste), 9 em Mato Grosso (Região Centro-Oeste), 3 no Pará (Região Norte), 3 no Rio Grande do Sul (Região Sul) e 1 na Bahia (Região Nordeste) (ANM, 2020). O que demonstra que a ameaça de novos desastres é real e pode causar danos à vida humana, ao meio ambiente e ao patrimônio de terceiros em escala nacional.

3. Opções metodológicas

O objetivo do artigo é evidenciar o destaque e o enquadramento feito pelos órgãos de comunicação social impressos nacionais (*Folha de S. Paulo*, *O Globo* e as revistas *Veja* e *Época*) e regionais (*Estado de Minas* e *O Tempo*) em suas capas, na cobertura dos fatos relacionados aos rompimentos das barragens de minério de ferro em Mariana e Brumadinho, no período de um ano após os acidentes — de 6 de novembro de 2015 a 6 de novembro de 2016 e de 26 de janeiro de 2019 a 26 de janeiro de 2020, respectivamente, com vista a responder às seguintes questões de pesquisa:

- QP1 – Quais os principais atores destacados pelos órgãos de comunicação social na sustentação de suas manchetes ou chamadas publicadas em suas primeiras páginas?
- QP2 – Quais os temas mais frequentes nas manchetes e nas chamadas publicadas nas primeiras páginas dos órgãos de comunicação social nos períodos do estudo?
- QP3 – Com que frequência os órgãos de comunicação social abordaram os acidentes de Mariana e Brumadinho nas capas de suas publicações impressas?

Foram analisadas 3.148 capas publicadas pelos dois jornais diários impressos de maior circulação nacional, a saber: *Folha de S. Paulo* e *O Globo* (Poder360, 2019); e pelas revistas semanais impressas *Veja* e *Época*, também com maior circulação no país (Meio & Mensagem, 2019). Quanto aos jornais regionais, o critério de escolha foi a linha editorial tradicional e a maior presença no estado, resultando na seleção dos jornais *Estado de Minas* e *O Tempo*.

As primeiras páginas são as vitrines dos jornais e revistas impressos por trazerem os principais assuntos abordados numa determinada edição. Por essa razão, costumam expressar elementos representativos de todas as editorias, fotos e artes. Os assuntos, destaques e elementos gráficos na sua elaboração representam o pensamento e a linha editorial do órgão de comunicação social (Folha de S. Paulo, 1996). Os títulos das manchetes e chamadas, foco principal deste estudo, em jornais como a *Folha de S. Paulo*, são construídos de forma a reunir o máximo de informações, tendo em vista que os «títulos e subtítulos são o principal, quando não o único, ponto de contato de muitos leitores com a notícia» (Folha de S. Paulo, 2020).

Na sequência desta análise foram selecionadas 594 capas dos órgãos de comunicação social com interesse para a investigação. Em seguida foram analisadas 50 delas, escolhidas de forma aleatória, para a construção dos quadros de categorias dos conteúdos mais frequentes (Quadro 1) e dos atores mais destacados (Quadro 2). Seguiu-se o modelo utilizado por Sarlos e Szondi (2015).

QUADRO 1. Lista das categorias de temas mais frequentes presentes nas capas dos órgãos de comunicação social

CATEGORIAS DE TEMAS MAIS FREQUENTES		
Ações legislativas	Histórias pessoais, testemunhos	Outras
Abastecimento de água	Impacto no turismo	Questões agrícolas
Afastamento da diretoria	Impactos econômicos	Reparação de danos
Ameaça de novos desastres	Indenização por danos	Responsabilização civil/econômica
Aspectos de saúde	Iniciativas locais	Responsabilização criminal
Complexas e multifocais	Inspeções de barragens	Retoma de atividades
Composição química do rejeito	Má conduta da administração pública	Simulações de desastres
Crise de imagem	Má conduta da empresa	Trabalho de reconstrução
Danos ambientais	Manifestações da população	Transporte, tráfego
Falhas de segurança	Operações de resgate	

Fonte: elaboração própria a partir de modelo desenvolvido por Sarlos e Szondi (2015).

QUADRO 2. Lista dos atores mais destacados nas manchetes e chamadas nas capas dos órgãos de comunicação social

PRINCIPAIS ATORES DESTACADOS	
Articulistas/opinião (colunistas, editorialistas, colaboradores, comentaristas)	Governos locais
Agências reguladoras/fiscalizadoras (AMA, ANA, Ibama, Semad, Copam, etc.)	Indeterminada
Defesa Civil/Corpo de Bombeiros	Órgãos de investigação (Polícia, IML e Ministério Público)
Empresas (Samarco e Vale)	Órgãos judiciais (TJMG, STJ, TRF, etc.)
Especialistas (ambientalistas, engenheiros, etc.)	Outros (organizações religiosas, esportistas, artistas, etc.)
Governo estadual	Populações locais
Governo federal	Parlamentares (senadores, deputados e vereadores)

Fonte: elaboração própria a partir de modelo desenvolvido por Sarlos e Szondi (2015).

Foram classificados como manchetes os títulos das principais notícias do dia e que receberam destaque (maior impacto/apelo) nas primeiras páginas. As chamadas de primeira página receberam essa classificação por apresentarem como características o resumo das informações sobre determinado assunto e remeterem o leitor para as páginas internas, onde se encontra a cobertura completa (Folha de S. Paulo, 1996).

4. Resultados

4.1 Os desastres de Mariana e Brumadinho nas capas dos órgãos de comunicação social

Da análise das 3.148 edições dos jornais e revistas foram extraídas 594 capas com interesse para a investigação. Constatou-se que 275 delas fizeram registros do desastre ocorrido em Mariana e 319 continham publicações sobre o acidente em Brumadinho (Quadro 3). Os jornais com circulação regional publicaram o maior número de registros dos desastres em suas capas (745), contra 219 publicações dos jornais nacionais. Apesar de se caracterizarem como os mais graves dos acidentes ambientais e trabalhistas da história no Brasil, os desastres foram relegados a uma pauta regional.

As duas revistas de circulação nacional dedicaram o menor número de capas para publicação de temas relacionados aos dois desastres, em 222 edições analisadas. Somente sete apresentaram elementos de interesse para a investigação, com

registros sobre os acidentes, e apenas em uma edição obtiveram destaque como assunto principal.

QUADRO 3. Capas analisadas distribuídas pelos casos em estudo

CASO EM ESTUDO	MARIANA	BRUMADINHO
Capas analisadas	1.578	1.570
Capas com manchetes ou chamadas	275	319
Totais de registros (manchetes + chamadas)	414	550
Jornais regionais (manchetes + chamadas)	320	425
Jornais e revistas nacionais (manchetes + chamadas)	94	125

Fonte: elaboração própria.

4.2 As populações locais como atores mais destacados

Em resposta à primeira questão de pesquisa (QP1), as populações locais surgiram como atores mais destacados. Na cobertura do caso de Mariana, as populações locais foram destacadas em 21,74% dos registros, como pode ser observado no Gráfico 1.

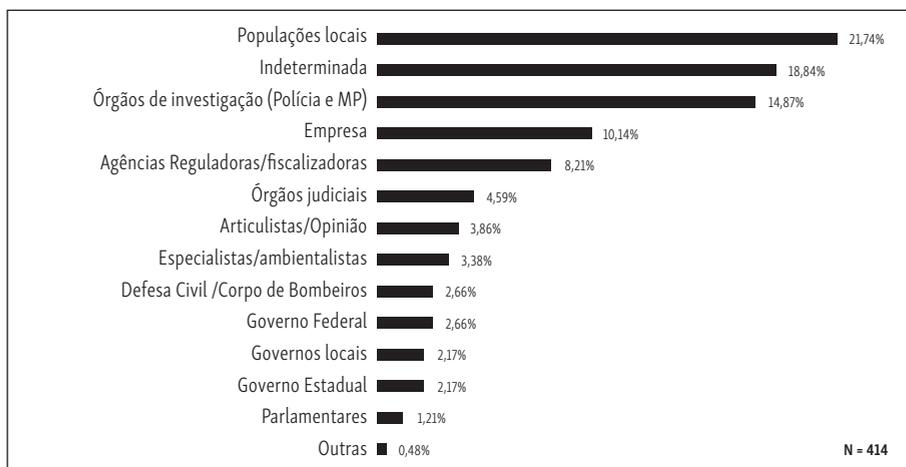


GRÁFICO 1. Atores mais destacados nas manchetes e chamadas publicadas nas capas dos órgãos de comunicação social sobre o caso Mariana/Samarco, no período de 6/11/2015 a 6/11/2016 (em %)

Nas publicações relacionadas ao desastre de Brumadinho, as populações locais também sobressaíram no levantamento (22,73%) (Gráfico 2).

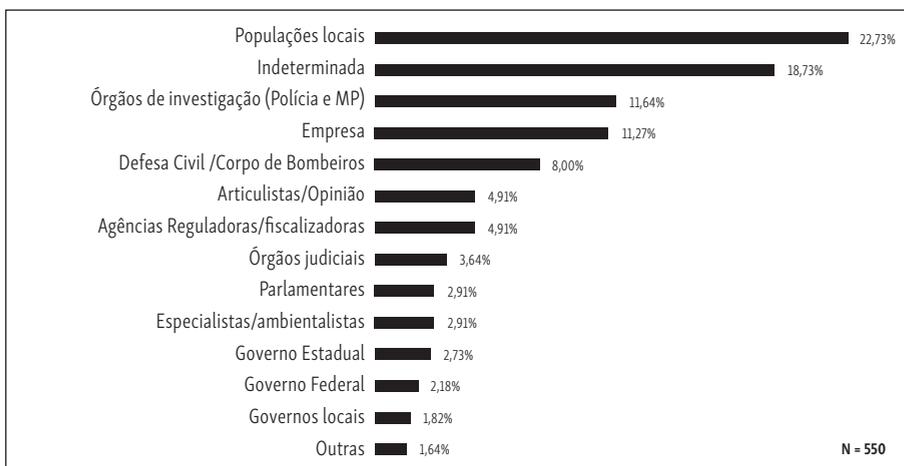


GRÁFICO 2. Atores mais destacados nas manchetes e chamadas publicadas nas capas dos órgãos de comunicação social sobre o caso Brumadinho/Vale, no período de 26/01/2019 a 26/01/2020 (em %)

O aprofundamento da análise das manchetes e chamadas publicadas pelos órgãos de comunicação social nacionais e regionais que tiveram as populações locais como atores mais destacados mostrou crescimento dos registros totais dos casos em Brumadinho (124), na comparação com a cobertura do desastre de Mariana (90). Nesses registros, as populações locais estão relacionadas, em primeiro lugar, com histórias pessoais e testemunhos tanto em Brumadinho (29) quanto em Mariana (30). No entanto, além de maior número, observou-se a ampliação da distribuição dos temas associados às populações locais, no caso de Brumadinho, onde elas surgiram como protagonistas em registros que remetiam para reportagens sobre o risco de novos desastres (25), manifestações populares (11) e impactos econômicos (11). Em Mariana, as populações locais foram mais associadas a temas como abastecimento de água (9) e danos ambientais (8), sendo que as manifestações populares tiveram apenas quatro registros.

Essas informações colocam as populações locais em posição de destaque entre os vários públicos e grupos de interesse relacionados ao processo de reparação da imagem e da reputação das organizações, o que exige a atenção dos gestores de crise na formulação de estratégias e na elaboração de mensagens. Diversos autores (e.g. Coombs & Holladay, 2013; Löwensberg, 2009) apontam como vital que os gestores em comunicação de crises conheçam em profundidade os diversos públicos

e como eles interajam para formular as estratégias de comunicação e escolha dos canais e formas de atuação. Essas informações tornam-se ainda mais importantes na medida em que se evidenciou que os órgãos de investigação criminal (Ministério Público e policiais) também aparecem na liderança como atores mais destacados (Gráficos 1 e 2). Através de seus órgãos de defesa de direitos dos cidadãos e sociais, há natural interação desses órgãos com as populações locais.

A investigação capitou, também, uma mudança de atitude significativa da população de Brumadinho com relação a Mariana. Levados pelo efeito *priming* ou mesmo impactados pelo grande número de mortos nesse segundo acidente, o fato é que se identificou uma maior mobilização das populações locais em manifestações públicas e maior participação nas denúncias do risco de novos desastres e no impacto econômico da tragédia. O que enquadra o caso nas mudanças nas regras do jogo nas redes de relacionamentos, não mais apenas de “cima para baixo”, mas também de “baixo para cima”, não mais somente pelas partes interessadas de forma global, mas também inúmeros agentes locais (Yanitsky, 2017, p. 4).

Ao dar destaque às populações locais, principalmente nos registros relacionados às histórias e aos testemunhos pessoais, os órgãos de comunicação social também reportam o enquadramento (*framing*) midiático por eles construído. O drama humano é a principal moldura identificada nos registros publicados que destacaram reportagens sobre os atingidos pelos desastres, como os familiares e amigos das vítimas fatais, sobre os desalojados e o drama dos pequenos empresários na preservação de seus empreendimentos.

4.3 Danos ao meio ambiente, em Mariana, e ameaça de novos desastres, em Brumadinho

A análise do conteúdo das publicações de primeira página permitiu responder à segunda questão de pesquisa (QP₂), que investigou os temas mais frequentes abordados nas primeiras páginas. No caso de Mariana (Gráfico 3), sobressaíram publicações com foco principal nos danos ambientais (16,43%). O agendamento midiático afastou temas que poderiam colocar em causa a existência das próprias empresas e da atividade minerária nessas localidades, que é a exploração de megaprojetos em regiões ambientalmente sensíveis e de grande adensamento populacional. Uma agenda pública ou política que questionasse a atividade minerária nessa região poderia ter tido influência na proporção do desastre de Brumadinho ou mesmo evitado o acidente.

Em Brumadinho (Gráfico 4), a ameaça de novos desastres (14,02%) passou a liderar como tema principal, seguido pelas publicações sobre operações de resgate (12,18%).

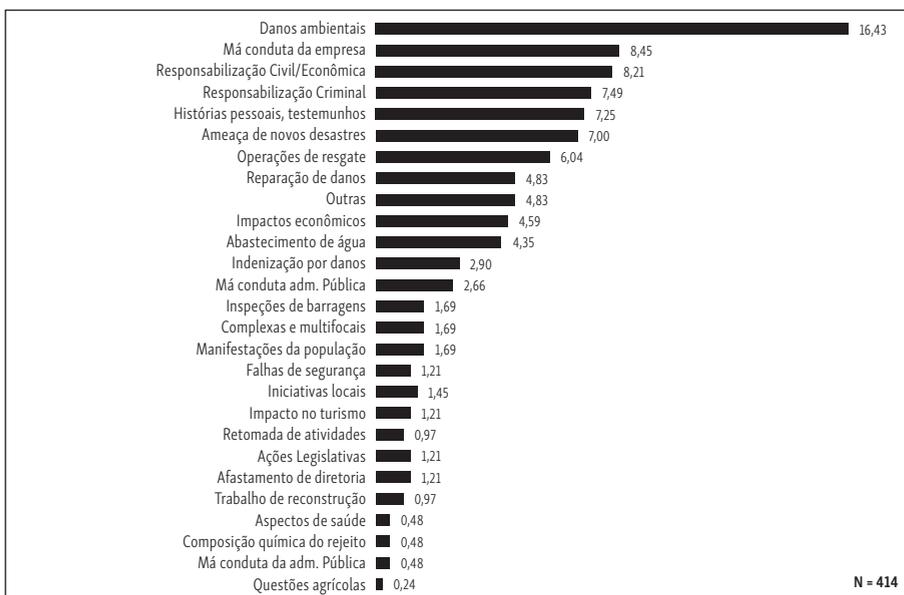


GRÁFICO 3. Categorias de temas relacionados nas manchetes e chamadas publicadas nas capas dos órgãos de comunicação social sobre o Caso Mariana/Samarco, no período de 06/11/2015 a 06/11/2016 (em %)

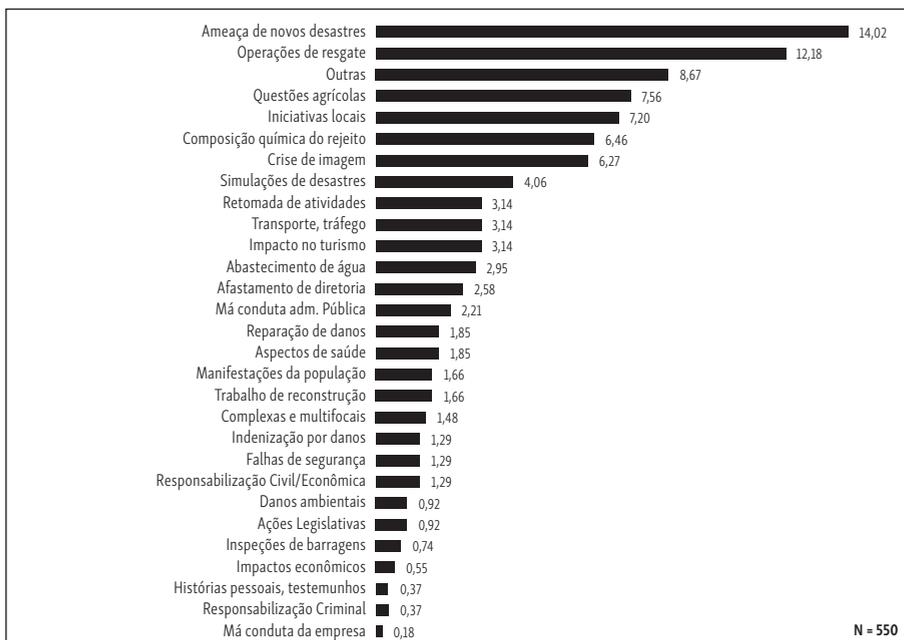


GRÁFICO 4. Categorias de temas relacionados nas manchetes e chamadas publicadas nas capas dos órgãos de comunicação social sobre o Caso Brumadinho/Vale, no período de 26/01/2019 a 26/01/2020 (em %)

4.4 O destaque e o período dos desastres nas capas dos órgãos de comunicação social

Em resposta à terceira questão de pesquisa (QP₃), constatou-se que os órgãos de comunicação social nacionais e regionais concentraram as publicações em suas primeiras páginas nos momentos iniciais das crises, com declínio nas semanas e meses seguintes, à semelhança dos estudos de Sarlos e Szondi (2015) sobre o rompimento de uma barragem de minério na Hungria, em 2010. Sobre o desastre ocorrido em Mariana, em 2015, os órgãos de comunicação social nacionais publicaram nove manchetes e 85 chamadas de capa, sendo que a maioria (60%) (Gráfico 5) em novembro de 2015, nos primeiros 25 dias após o desastre.

Nos órgãos de comunicação regionais também ocorreu uma concentração de publicações em novembro de 2015, o mês do desastre, com cerca de 41% do total das publicações (Gráfico 6). Em dezembro, esse número reduziu para 25% das publicações.

Na cobertura sobre o desastre em Brumadinho foi possível observar um comportamento dos órgãos de comunicação social muito similar ao caso de Mariana com relação à concentração das publicações nos momentos iniciais da crise. Os jornais e revistas nacionais publicaram 16 manchetes e 109 notas em suas capas, 125 no total. Os meses de janeiro e fevereiro de 2019 concentraram o maior volume dessas publicações, com 48% e 32% delas, respectivamente (Gráfico 7).

Os jornais regionais dedicaram maior espaço, nas capas de suas edições, ao desastre de Brumadinho. Foram publicadas 106 manchetes e 319 chamadas, com um total de 425 registros. Na última semana de janeiro de 2019, foram publicados 12% do total dos registros analisados. Em fevereiro, houve um aumento significativo de publicações (37%) (Gráfico 8).

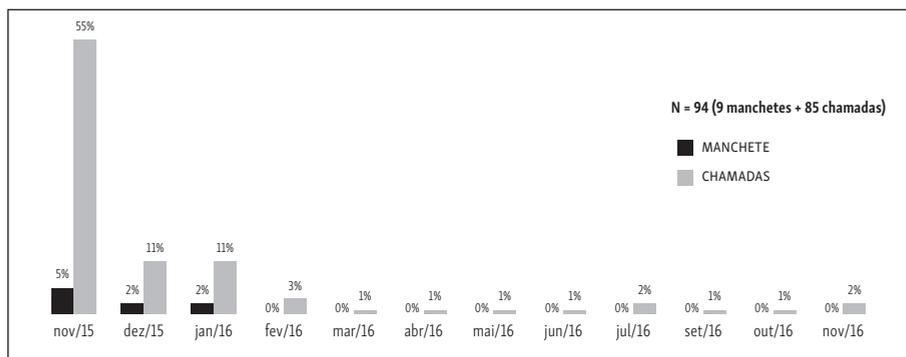


GRÁFICO 5. Caso Mariana/Samarco: publicações nos órgãos de comunicação social nacionais (em %)

O desastre de Brumadinho, ao repetir a dinâmica do acidente de Mariana, suscitou o efeito *priming* (a preparação da agenda) ao destacar, em maior número, notícias sobre a possibilidade de novos desastres na Mina Córrego do Feijão, em Brumadinho, e em outros complexos minerários no país. A possibilidade de novos desastres (Gráficos 3 e 4), tendo em vista a fragilidade do sistema de construção das barragens, utilizadas em larga escala no Brasil devido ao seu baixo custo, levou

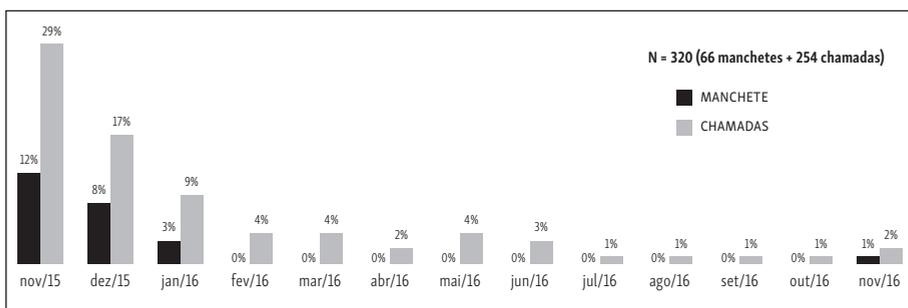


GRÁFICO 6. Caso Mariana/Samarco: publicações nos jornais regionais (em %)

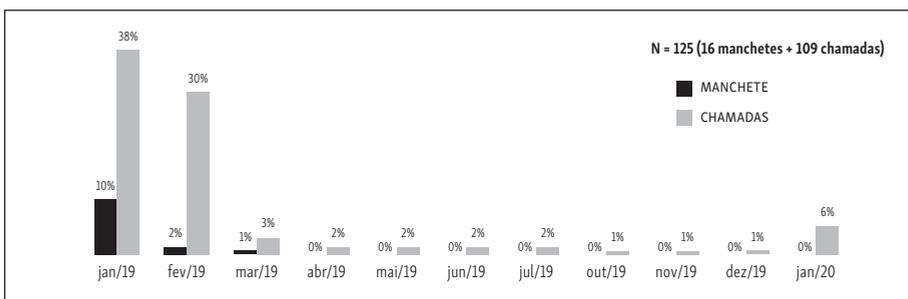


GRÁFICO 7. Caso Brumadinho/Vale: publicações nos órgãos de comunicação social nacionais (em %)

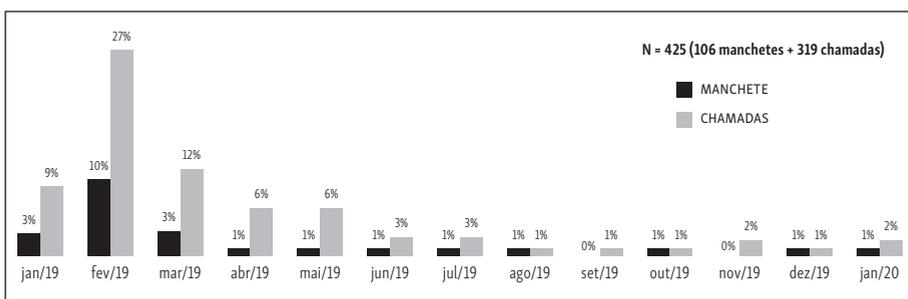


GRÁFICO 8. Caso Brumadinho/Vale: publicações nos jornais regionais (em %)

ao prolongamento da vida da crise em Brumadinho. O que se vê mais presente nos órgãos de comunicação social regionais e gerou reportagens não apenas sobre o drama das populações desalojadas, mas também sobre aquelas que passaram a viver sob permanente ameaça. Uma preocupação extra para os gestores de crises que precisam lidar não apenas com as acusações de atos de má conduta praticados pelas organizações, mas também criarem respostas críveis e confiáveis sobre o que elas pretendem fazer de forma imediata e no futuro para proporcionar segurança às populações locais.

Constatou-se, ainda, que as revistas nacionais dedicaram o menor espaço em suas capas para manchetes e chamadas dos desastres. A tragédia de Mariana, por exemplo, foi varrida das capas, dando lugar aos atentados terroristas em Paris, na França, em 13 de novembro de 2015. A *Época* interrompeu a impressão da edição que circulou no dia seguinte, às 20h do dia 13, para substituir a capa dedicada à tragédia de Mariana pelo atentado em Paris. O diretor de arte da *Época*, Alexandre Lucas, conta que a capa estava sendo impressa quando vieram as primeiras notícias dos ataques terroristas e tomaram a decisão de «virar» a capa, com a justificativa de que os ataques haviam se tornado um evento de «proporções históricas e globais» (*Época*, 2015).

5. Conclusões

As informações coletadas pela investigação responderam às três questões de pesquisa. Em resposta à primeira questão de pesquisa (QP₁), constatou-se que as populações locais surgiram como os atores mais destacados pelos órgãos de comunicação social. Apurou-se, também, que, na cobertura do caso de Mariana (QP₂), sobressaíram publicações sobre danos ambientais e que, na cobertura sobre Brumadinho, foram mais destacados os registros sobre a ameaça de novos desastres. Em resposta à terceira questão de pesquisa (QP₃), observou-se que os órgãos de comunicação social regionais dedicaram maior espaço em suas primeiras páginas e por maior período após os desastres de Mariana e Brumadinho do que os jornais e revistas de circulação nacional, e que houve um declínio nos registros após algumas semanas do início das crises.

A investigação aponta duas implicações, em especial: (a) para as populações locais, demonstrou que os órgãos de comunicação social dão destaque a temas de interesse das comunidades atingidas e (b) no âmbito das organizações, forneceu aos gestores subsídios para campanhas de comunicação em situação de crise, ao apontar os temas e os atores mais destacados e sobre a vida das crises nas primeiras páginas dos órgãos de comunicação social, e as diferenças entre as agendas construídas pelos *media* e pelas organizações. O destaque pelos órgãos de comunicação social é importante indicativo de que há espaço para que as populações

locais possam influenciar na construção da agenda, através de protestos, manifestações populares e na interação com demais grupos de interesse, na defesa por seus direitos à reparação dos danos causados e por uma mineração que respeite seus direitos, o meio ambiente e lhe garanta segurança.

O fato é que os colapsos das barragens de rejeito de minério em Mariana (2015) e Brumadinho (2019) e em outros países (e.g. Hungria, 2010, e Canadá, 2014) são eventos que ocorreram na esteira de uma revolução tecnológica em curso nas duas últimas décadas, com importantes transformações na relação do ser humano com a natureza, nos relacionamentos entre trabalho e educação e no sistema de valores e mudanças do personagem, na dinâmica, na ordem social e na estrutura institucional da comunidade global (Yanitsky, 2017). Destacam-se, também, as mudanças no papel da comunicação das informações, no jornalismo de massas e na evolução da base nacional e dos movimentos sociais, em diversas direções, na tentativa de se estabelecer uma sociedade civil global. E, em outro ponto, na organização de plataformas e fóruns para a participação ativa na resolução de problemas urgentes, como nos casos dos desastres naturais e provocados pelo ser humano, através das operações de resgate e no auxílio aos atingidos.

Essas mudanças tecnológicas e relacionais ampliaram consideravelmente a capacidade de mobilização das populações locais em reação às agressões aos seus direitos e elevaram a pressão sobre as organizações acusadas de má conduta. No receituário clássico de enfrentamento de situações de crise e no pós-criSES constam diversas ferramentas comunicacionais e estratégias para a reparação da imagem e da reputação de organizações (e.g. Benoit, 1997; Benoit, 2002; Burns & Bruner, 2000; Coombs, 2007; Coombs & Holladay, 2002; Hearit & Roberson, 2009). No entanto, o uso dessas ferramentas é cada vez mais limitado devido justamente a essas mudanças tecnológicas e ao protagonismo ascendente das comunidades locais e pela interação entre os vários grupos de interesse, principalmente no campo da construção e difusão das notícias e na mobilização desses públicos.

A transferência de culpa pelos desastres, uma dessas estratégias básicas de respostas, foi utilizada pela Samarco e pela Vale. No caso da Samarco, a culpa foi atribuída a um abalo sísmico na região, no dia do colapso, o que acabou sendo desmentido pela própria companhia, poucos meses depois (Estado de Minas, 2016), e, no caso da Vale, a culpa foi atribuída à empresa Tüv Süd, responsável pela auditoria de segurança da barragem, alegação desmentida pela denúncia criminal apresentada contra os diretores da companhia e aceite pela justiça (TJMG, 2020). Estes dois eventos explicitam a assertiva de que o mundo está cada vez mais transparente, outro importante fruto das transformações sociais registradas nas últimas décadas.

Apesar de se revelar um modelo de análise útil às comunidades sobre a representação social e política pelos *media* e aos gestores de comunicação de crises para compreender o comportamento e a dinâmica da cobertura de grandes desastres e efeitos sobre a imagem e a reputação das empresas, este estudo concluiu pela necessidade de ampliação dessa análise para alcançar outras plataformas de notícias, como as emissoras de TV e rádio, os sítios jornalísticos na *internet* e as redes sociais *online* e órgãos de comunicação social internacionais. Inclui-se entre as propostas de futuros estudos a comparação das narrativas das organizações envolvidas em discursos públicos, notas emitidas à comunicação social e o uso de canais de comunicação próprios, como os *websites* e das redes sociais *online* das companhias, para aferir semelhanças e diferenças de enquadramento.

Investigações futuras também poderão apontar as razões que levaram ao distanciamiento da mídia nacional na cobertura desses eventos. O estudo não tem o efeito de substituir análises mais aprofundadas do conteúdo das reportagens publicadas pelos órgãos de comunicação social em suas páginas internas, o que evidencia quando analisamos o destaque que as revistas semanais deram aos dois desastres em questão. Apesar de trazerem reportagens internas extensas, com abordagens complexas e informações relevantes, os desastres não receberam o devido destaque nas suas primeiras páginas.

Referências

- An, S. K., & Gower, K. K. (2011). How do the news media frame crises? A content analysis of crisis news coverage. *Public Relations Review*, 35(2), 107-112. doi:10.1016/j.pubrev.2009.01.010.
- Benoit, W. L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review*, 23(2), 177-186. doi:10.1016/s0363-8111(97)90023-0.
- Benoit, W. L. (2000). Another visit to the theory of image restoration strategies. *Communication Quarterly*, 48(1), 40-43. doi:10.1080/01463370009385578.
- Burns, J. P., & Bruner, M. S. (2000). Revisiting the theory of image restoration strategies. *Communication Quarterly*, 48(1), 27-39. doi:10.1080/01463370009385577.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163-176. doi:10.1057/palgrave.crr.1550049.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: Initial tests of the situational crisis communication. *Management Communication Quarterly*, 16(2), 165-186. doi:10.1177/089331802237233.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2006). Unpacking the halo effect: Reputation and crisis management. *Journal of Communication Management*, 10(2), 123-137. doi:10.1108/13632540610664698.

- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2008). Comparing apology to equivalent crisis response strategies: Clarifying apology's role and value in crisis communication. *Public Relations Review*, 34, 252-257. doi:10.1016/j.pubrev.2008.04.001.
- Coombs, W.T., & Holladay, S.J. (2013). *It's not just PR: Public relations in society* (2nd edition). West Sussex, UK: Wiley.
- DeSanto, B.J. (2013). Agenda-setting theory. In R. L. Heath (Ed.), *Encyclopedia of public relations* (pp. 22-24). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Diers-Lawson, A. (2017). A state of emergency in crisis communication: An intercultural crisis communication research agenda. *Journal of Intercultural Communication Research*, 46(1), 1-54. doi:10.1080/17475759.2016.1262891.
- Eriksson, G., & Eriksson, M. (2012). Managing political crisis: An interactional approach to "image repair". *Journal of Communication Management*, 16(3), 264-279. doi:10.1108/13632541211245776
- Hallahan, K. (1999). Seven models of framing: Implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205-242. doi:10.1207/s1532754xjpr1103_02
- Hallahan, K. (2013). Framing theory. In R. L. Heath (Ed.), *Encyclopedia of public relations* (pp. 360-363). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3-35. doi:10.1080/15531180701285244
- Hearit, K. M., & Roberson, K. M. (2009). Denial, differentiation, and apology: On the use of apologia in crisis management. In R. L. Heath, & H. D. O'Hair (Eds.), *Handbook of risk and crisis communication* (pp. 542-559). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lippmann, W. (2008). *Opinião pública*. Petrópolis: Vozes.
- Löwensberg, D. (2009). Corporate image, reputation and identity. In R. Tench & L. Yeomans (Eds.), *Exploring public relations* (2nd edition, pp. 237-251). Harlow: Prentice Hall.
- McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. H. (2014). New directions in agenda-setting theory and research. *Mass Communication and Society*, 17(6), 781-802. DOI:10.1080/15205436.2014.964871
- Purworini D., Purnamasari, D., & Hartuti, D. P. (2019). Crisis communication in a natural disaster: A chaos theory approach. *Jurnal Komunikasi*, 35(2), 35-48. doi:10.17576/JKMJC-2019-3502-03
- Roper, J. (2012). Environmental risk, sustainability discourses, and public relations. *Public Relations Inquiry*, 1, 69-87. doi:10.1177/2046147X11422147.
- Sarlos, G., & Szondi, G. (2015). Crisis communication during the red sludge spill disaster in Hungary: A media content analysis-based investigation. *Journal of Public Affairs*, 15(3), 277-286. doi:10.1002/pa.1526.
- Scheufele, D. A. (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication and Society*, 3(2-3), 297-316. doi:10.1207/s15327825mcs0323_07.

- Spence, P. R., Lachlan, K. A., & Griffin, D. R. (2007). Crisis communication, race, and natural disaster. *Journal of Black Studies*, 37(4), 539-554. doi:10.1177/0021934706296192.
- Steyn, B., (2004). From strategy to corporate communication strategy: a conceptualization. *Journal of Communication Management*, 8(2), 168-183, doi:10.1108/13632540410807637.
- Yanitsky, O. (2017). On transition from the second industrial revolution to the fourth one. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJM/JMC)*. 3(2), 1-10. doi:10.20431/2454-9479.0302001.

Webgrafia

- ANM (2020). Um ano após desastre de Brumadinho, leis, vistorias e fiscalizações de barragens vêm sendo intensificadas no Brasil. Agência Nacional de Mineração. Disponível em: <http://www.anm.gov.br/noticias/um-ano-apos-desastre-de-brumadinho-leis-vistorias-e-fiscalizacoes-de-barragens-vem-sendo-intensificadas-no-brasil>
- Época (2015). A duas capas desta semana. *Revista Época*. Disponível em: <https://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/faz-caber/noticia/2015/11/duas-capas-desta-semana.html>
- Estado de Minas (2016). Samarco admite falha na barragem que causou tragédia em Mariana. Estado de Minas. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2016/08/30/interna_gerais,798841/samarco-admite-falha-na-barragem-que-causou-tragedia-em-mariana.shtml
- Estado de Minas (2019). Quatro anos após desastre de Mariana, cidades fantasmas emergem da lama. Estado de Minas. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2019/11/02/interna_gerais,1097978/quatro-anos-apos-desastre-de-mariana-cidades-fantasmas-emergem-da-la.shtml
- Estado de Minas (2020). Após Brumadinho, investidor pressiona por transparência. Estado de Minas. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2020/01/27/internas_economia,1117259/apos-brumadinho-investidor-pressiona-por-transparencia.shtml
- Folha de S. Paulo (1996). Novo manual de redação da Folha de S. Paulo. *Publifolha*. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/index.htm>
- Folha de S. Paulo (2020). Truques para atrair o leitor. *Folha de S. Paulo*. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/flavia-lima-ombudsman/2020/08/truques-para-atrair-o-leitor.shtml>
- Meio & Mensagem (2019). Revistas semanais recuperam audiência no digital: Veja, Época e Carta Capital tiveram crescimento em circulação em 2018. *Meio & Mensagem*. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/03/11/revistas-semanais-recuperam-audiencia-no-digital.html>
- MPMG (2020). Íntegra da denúncia contra os diretores da VALE S.A. e TÜV SÜD Bureau de Projetos – Brumadinho. Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Disponível em: <https://www.mpmg.mp.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=8A91CFA96FC71E26016FCA4BFC4161BD>

Poder360 (2019). Jornais no Brasil perdem tiragem impressa e venda digital ainda é modesta. *Poder360*. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/jornais-no-brasil-perdem-tiragem-impressa-e-venda-digital-ainda-e-modesta/>

TJMG (2020). Processo n.º 0003237-65.2019.8.13.0090 – 2.ª Cível/Crime da Comarca de Brumadinho, de 14 de fevereiro de 2020. *Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais*. Disponível em: https://www4.tjmg.jus.br/juridico/sf/proc_peca_movimentacao.jsp?id=79758574&hash=72f457ed2e9c290c128bdcf2983ab401

