Campanha enganosa sobre desastre de Mariana gera multa pesada para Fundação Renova

-Decisão Judicial: A Justiça condenou a Fundação Renova e as mineradoras Vale, BHP Billiton e Samarco a pagar R$ 56,3 milhões por danos materiais e morais devido a uma campanha publicitária enganosa relacionada ao desastre de Mariana (MG).

- Ação Civil Pública: A condenação decorre de uma ação movida em 2021 por ministérios públicos e defensorias que apontaram desinformação e autopromoção nas campanhas publicitárias da Renova sobre o rompimento da barragem de Fundão, em 2015.

- Gastos em Publicidade: Entre 2018 e 2021, a Fundação Renova gastou R$ 28,1 milhões em publicidade. Em um mês específico, foram gastos R$ 17,4 milhões em um único contrato publicitário.

- Campanha de Desinformação: As propagandas disseminaram informações imprecisas sobre tópicos como toxicidade dos rejeitos, qualidade da água, pagamento de indenizações e reassentamento, com o intuito de minimizar o impacto do desastre.

- Desvio de Finalidade: A Justiça considerou que a fundação desviou de sua finalidade ao usar recursos destinados à reparação para autopromoção, violando princípios do Direito Ambiental e o Termo de Transação e Ajustamento de Conduta (TTAC).

- Contrapropaganda: A sentença exige que a Fundação Renova produza novas campanhas publicitárias corrigindo as informações falsas, como forma de contrapropaganda.

- Má-fé e Desrespeito: O tribunal acusou a Renova de agir de má-fé, sem autocrítica, e de tentar transferir a responsabilidade dos atrasos e falhas para terceiros, demonstrando desrespeito às vítimas e à sociedade.

- **Dano Moral Coletivo**: A Justiça concluiu que a campanha publicitária representou um dano moral coletivo ao romantizar a reparação do desastre e desrespeitar a memória das vítimas.

- Impacto da Sentença: A decisão enfatiza a importância da transparência e da responsabilidade na comunicação e reparação dos danos causados pelo desastre ambiental de Mariana.

- Nova violência às vítimas: A sentença concluiu que a campanha publicitária configurou uma nova violência à memória das vítimas ao romantizar a reparação e minimizar o impacto da tragédia. A ação publicitária foi considerada desrespeitosa e contrária ao entendimento da Corte Interamericana de Direitos Humanos sobre medidas de reparação.

Segue o posicionamento da Fundação Renova encaminhada a nossa redação:

A Fundação Renova reafirma que atua nos limites do Termo de Transação e de Ajustamento de Conduta (TTAC) e apresentará recurso contra a referida decisão.

https://www.territorionoticias.com.br/noticia/3255/campanha-enganosa-sobre-desastre-de-mariana-gera-multa-pesada-para-fundacao-renova em 16/07/2025 13:46