



#SomostodosOdebrecht em circulação: atores sociais para além das lógicas da organização¹ **#SomostodosOdebrecht in circulation: the social actors beyond the logics of the organization**

Noele Bolzan Duarte²

Palavras-chave: somos todos Odebrecht; comunicação organizacional; mediatização.

1. Introdução e acionamentos iniciais

Em 2015, no Brasil, foi deflagrada a Operação Lava Jato, na qual a organização Odebrecht é investigada. No episódio de busca e apreensão em suas sedes, alguns empregados -atores sociais diretamente ligados à organização, aqui considerados como atores institucionais - criaram o movimento nomeado “Somos todos Odebrecht”, manifestando-se em favor da organização, o que repercutiu em diversos veículos de comunicação e nas redes digitais. Busca-se uma reflexão em torno da atuação desses atores institucionais, especificamente quanto ao movimento citado. A partir dos materiais coletados, identifica-se metáforas conforme os enunciados de atores, instituições midiáticas e mediatizadas.

Determinamos como ponto de partida o dia 22 de junho de 2015 -quando se deu a manifestação dos atores institucionais e o desencadeamento do movimento-, em um contexto que se relaciona a tensões da Odebrecht na operação Lava Jato. Nosso espaço de apreensão de materiais empíricos é a internet, especialmente as redes sociais

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Mestranda em Ciências da Comunicação no Programa de Pós-graduação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) na linha da pesquisa Mediatização e Processos Sociais. Atua como Relações Públicas na Companhia Riograndense de Saneamento (Corsan). noeleduarte@hotmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

facebook e twitter. A opção pelo twitter e facebook é por lá encontrar-se a maior incidência de mensagens/sentidos envolvendo o signo #SomostodosOdebrecht, utilizado como ferramenta de pesquisa dentro das redes sociais.

Nesse contexto, propõe-se um olhar sobre os estudos de comunicação organizacional e da midiatização como ângulo epistemológico da comunicação que investiga os processos midiáticos, na medida em que, “de maneira crescente, as operações de midiatização afetam largamente práticas institucionais que se valem de suas lógicas e de suas operações para produzir as possibilidades de suas novas formas de reconhecimento nos mercados discursivos” (Fausto Neto, 2006, p. 9).

Consideramos que “toda vez que um sujeito, de alguma forma, estabelecer relação com uma determinada organização e compreender algo como sendo comunicação, isso precisa ser assumido como sendo comunicação organizacional” (Baldissera, 2017, p.70). Ao mesmo tempo, em um cenário de midiatização, e também quanto às organizações, “é impossível antecipar a especificidade dos circuitos, dos ambientes de interação, dos novos paradigmas de interação que emergem, das narrativas reconstruídas, dos pontos de bifurcação, a sucessão de bifurcações, as defasagens” (Ferreira, 2016, p. 206).

As organizações são e se realizam por/em comunicação (Baldissera, 2010). Trata-se de um “lugar que tensiona indivíduos com interesses, desejos, condições e competências diversos, bem como ecossistemicamente articulados/articulantes” (Baldissera; Sólito, 2006, p.16). Considera-se que a comunicação organizacional abrange o processo de construção e disputa de sentidos em um âmbito específico, o das organizações (Baldissera, 2009), mas em permanente troca e retroalimentação com/no tecido social. Tem-se sujeitos em relação, comunicantes, em uma conjuntura em que o dissenso e o consenso incidem sobre qualquer ente coletivo, manifestando-se controvérsias e assimetrias de poder (Henriques, 2017).

Nesse contexto, a midiatização tem afetado os diferentes setores que compõem o tecido social (Verón, 2013). Por sua vez, as organizações também se midiatizam a partir



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

do momento em que realizam relacionamentos nos espaços midiáticos com crescente frequência, e que se apropriam de uma cultura midiática que é ampliada por práticas da sociedade (Sgorla, 2016).

Nessa direção, Stasiak (2013) entende o processo de mídiatização social enquanto fenômeno que gera mudanças em toda a sociedade, e que “nesse contexto, entendemos que as organizações sofrem de maneira mais intensa essas transformações, justamente pelo seu papel de troca constante com os indivíduos” (p. 84). Lima e Oliveira (2010, p. 93) contribuem analisando a tendência de as organizações também se tornarem mídia por meio de ações de comunicação em que “deixam de ser anunciantes ou produtoras de mídia organizacional para tornarem-se elas próprias produtoras de conteúdo cultural”.

Observa-se que tal processo se dá cada vez mais com a participação dos atores sociais, que também atuam como produtores, mobilizam forças e configuram novos tipos de relações, inclusive com as organizações. Os novos processos de circulação de mensagens, além de organizarem uma nova arquitetura comunicacional, produzem novos modos de interação entre instituições, mídias e atores sociais (Fausto Neto, 2010).

Barichello (2008) sinaliza que, na sociedade mídiatizada, a proposta da instituição pode ser modificada pelos sujeitos:

A emergência de novos espaços de interação, especialmente na internet, amplia as possibilidades de resposta e a interpretação desses sujeitos que possuem condições de construir seus próprios espaços de atuação e, dessa forma, colocar em debate questões de seu interesse (Barichello, 2008, p. 244).

Assim, há um potencial deslocamento do contexto organizacional em direção a ambientes midiáticos, e são lançadas novas práticas e sentidos ao tecido social.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

2. Metáforas identificadas conforme os enunciados de atores, instituições midiáticas e midiaticizadas.

Adotando #SomostodosOdebrecht como fio condutor, buscamos a constituição de metáforas que traduzam os elementos centrais da pesquisa, e indicializá-los no processo observado. As metáforas surgem de materiais coletados a partir do circuito-ambiente estudado, e são as seguintes:

Ator- Quando falamos em ator utilizamos um operador semântico conforme os modelos de Verón (1997; 2001; 2004; 2013) trabalhados na linha de pesquisa Mídia e Processos Sociais do PPGCOM da Unisinos.

Instituições- Preliminarmente, adotamos os operadores semânticos utilizados no modelo de Verón (1997; 2001; 2004; 2013).

Cumplicidade- O termo cumplicidade está definido em dicionário etimológico como “do Latim CUMPLICITAS, de COMPLEX, “parceiro, confederado”, de COMPLICARE, “dobrar junto”, formado por COM-, “junto”, mais PLICARE, “dobrar”. Coisas que são dobradas juntas se mantêm próximas” . A cumplicidade é percebida na circulação em sentido positivo, e como “sentimento de”. É a figura que traduz que o empregado tem uma ligação forte com a empresa e denota uma relação de dependência. Aqui, cumplicidade tem relação com vínculo. Percebemos cumplicidade também da instituição midiaticizada em relação aos atores institucionais.

Conivência- A etimologia da palavra remete a fechar os olhos para alguma coisa ou ser cúmplice de um ato . Conivente, “do latim CONNIVENS, particípio passado de CONNIVERE, "piscar os olhos", através do sentido de "fechar os olhos a uma ilegalidade ou um crime", de COM-, "junto", mais a base de NICTARE, "piscar"” .

Conivência está em perspectiva negativa e remete aos sentidos que a sociedade atribui aos atores ligados à Odebrecht. São sentidos antagônicos atribuídos a um mesmo signo que circula – o Somos Todos Odebrecht. Há cumplicidade e, havendo vínculo e um cenário de tensões, o ator torna-se conivente.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Comunidade- É do latim *communitas*, “comunidade, companheirismo”, de *communis*, “comum, geral, compartilhado por muitos, público”. Comunidade é figura em nosso trabalho no sentido de se organizar, se unir, fazer parte de uma comunidade. Tem, antes, o vínculo, e esse se torna uma das causas de existir em comunidade.

Tribo- Tribo, “conjunto de famílias autônomas, descendentes de um grupo comum, que partilham a mesma língua, padrões culturais, tradições etc.” Tribo é figura no sentido de, quando empregado o termo, remeter a primitivo, a unificação em prol de sobrevivência.

Tribo está em relação oposta à comunidade, no sentido de buscarmos uma figura que traduza um sentimento mais primitivo dos atores institucionais, os quais estão ligados por - além de uma cultura organizacional e sentimentos como pertença-, por um vínculo de trabalho e este sendo, inclusive, princípio de sobrevivência.

Justificamos que “tribo” não é utilizado como termo depreciativo, não indica preconceito etnocêntrico e nenhum tipo de preconceito. No processo de pesquisa, tentamos substituir o vocábulo, sem concretização dessa intenção por concordamos que se mostra forte o suficiente para ilustrar a questão descrita. O trabalho de metaforização mostra-se delicado, e deve-se considerar que toda a simbólica tem uma referência cultural.

3. Novas relações na sociedade em vias de mediação

Criada por atores institucionais após manifestação em defesa da Odebrecht, esta ocorrida em 22 de junho de 2015, a hashtag é acionada por atores sociais em geral em vários momentos do período em que observamos os processos midiáticos relacionados ao caso sugerido. Mesmo após a manifestação ou a eclosão do movimento Somos Todos Odebrecht, o uso do signo pelos atores sociais permanece, ou melhor, a hashtag é acionada novamente, constantemente, e em sentido negativo. Desse modo, #SomostodosOdebrecht reverbera, permanece viva, mas não com uso relacionado à intenção inicial de defesa da Odebrecht. Pelo contrário, os materiais mostram que é



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

utilizada em sentido oposto ao pelo qual foi criada. Há uma luta simbólica na sociedade, na/em torno da organização.

Tem-se, então, um objeto sógnico que se autonomiza em relação aos atores que o criaram perante os atores e instituições que o constituíram, gerando outras simbólicas. Há agrupamentos de atores institucionais, atores sociais, instituição mediatizada, instituições midiáticas; cada um, através de metáforas que são diferenciadas, acionando simbólicas diferenciadas e meios diferenciados.

Na crise de imagem da Odebrecht no contexto da Operação Lava Jato, e no tocante ao episódio de manifestação e ações comunicacionais pelos atores institucionais, as relações ocorrem especialmente dentro do campo midiático.

Observamos neste caso, ainda, que parte dos atores institucionais uma alternativa ao protocolo comunicativo da organização. O ator social não é aquele que vem de fora e afeta a organização, ele está dentro dela, se afeta (e é afetado) e influencia outros atores sociais (ao mesmo tempo que também é influenciado). É ator social e, ao mesmo tempo, é parte da organização. É ator institucional. Está inclusive dentro da organização, produzindo para além de suas lógicas.

As organizações precisam articular relações, e esse processo se dá cada vez mais com a participação dos atores institucionais, que também se inserem como produtores e mobilizam forças diante de instituições antes não convocadas. Incidem relações novas, na sociedade em vias de mediatização.

Referências bibliográficas

BALDISSERA, R. A complexidade dos processos comunicacionais e interação nas organizações. In: MARCHIORI, M (org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, v.2, 2010.

BALDISSERA, R. Comunicação organizacional na perspectiva da complexidade. *Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, a. 6, edição especial, n. 10/11, p. 115-120, 2009.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

BALDISSERA, R; SÓLIO, M. B. O complexus comunicação-cultura-administração. **Revista ALAIC**, n.4, p.10-19, jan a jun. 2006.

BARICHELLO, E. M. M. R. Apontamentos em torno da visibilidade e da lógica de legitimação das instituições na sociedade mediatizada. In: DUARTE, E. B.; CASTRO, M. L. D. (Orgs). **Em torno das mídias: Práticas e ambiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BRAGA, J. L. Circuitos versus campos sociais. In: J. JANOTTI JUNIOR *et al.* **Mediação e Mediatização: Livro Compós 2012**. Salvador/Brasília: UFBA/COMPÓS, 2012. p. 31-52.

FAUSTO NETO, A. A circulação além das bordas. **Mediatización, Sociedad y Sentido: Diálogos Brasil y Argentina**. Rosário: UNR, 2010. p. 2-17

FAUSTO NETO, A. Mediatização- Prática social, prática de sentido. **Encontro da rede Prosul “Comunicação e processos sociais”**, 2005, UNISINOS/PPGCC.

FERREIRA, Jairo. A construção de casos sobre a mediatização e circulação como objetos de pesquisa: das lógicas às analogias para investigar a explosão das defasagens. **Galáxia** (PUCSP), 2016.

FERREIRA, J. Um caso sobre a mediatização: caminhos, contágios e armações da notícia. In: **Mediatização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008.

FERREIRA, J. Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos. **Líbero (FACASPER)**, v. 1, p. 1-15, 2006.

FORNI, J. J. Comunicação em tempo de crise. In: J. DUARTE (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e prática**. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GIACAGLIA, R. Palavras e práticas discursivas. **Estudos Linguísticos**, São Carlos: GEL/Universidade Federal de São Carlos. V. 34, 2005. Disponível em <<http://gel.locaweb.com.br/estudoslinguisticos/edicoesanteriores/4publica-estudos-2006/sistema06/42.pdf>>. Acesso em 10 nov. 2016.

GOMES, P. G. Mediatização: um conceito, múltiplas vozes. In: FAUSTO NETO, Antonio; ANSELMINO, Natalia Raimondo; GINDIN, Irene Lin (orgs). **CIM – Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones**. Rosário: UNR Editora, 2015, p. 33-54.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

HENRIQUES, M. S. Aspectos críticos para a compreensão da lógica estratégica no relacionamento entre organizações e comunidades. In **Revista Organicom**, v. 14, n. 26, 2017.

KROEHN, M. A Odebrecht além da crise. **Isto É Dinheiro**, 26 jun 2015. Seção Negócios, p. 13.

LIMA, F. P.; OLIVEIRA, I. L. O discurso e a construção de sentido no contexto organizacional mediatizado. In: M. MARCHIORI (org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010, v. 2, p. 79-95.

ODEBRECHT. **Relatório Anual Odebrecht 2014**. Disponível em: <http://www.odebrecht.com/sites/default/files/ra_odebrecht_2015.pdf>. Acesso em 12 jun. 2016.

ROSA, A. P. Imagens-totens em circulação: a chancela jornalística no caso Michael Jackson. In: **Revista E-Compos**. Vol. 17, nº 2, 2014a.

ROSA, M. **A era do escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagens**. 4. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2007.

SCROFERNEKER, C. M. A.. Afinal, o que é comunicação interna? Souvenir M. G. Dornelles (Org.). **Relações públicas: quem sabe, faz e explica**. v. 1. Porto Alegre: Edipucrs, 2011.

SGORLA, F. As interações na “zona de contato” das organizações em um contexto de intensificação da mediatização. In: Seminário Internacional de Comunicação Organizacional, III, Belo Horizonte, 2016. **Anais...** 2016

SÓLIO, M. B.. **Colaborador: Conceito e preconceito**. Caxias do Sul, 2011: Disponível em <http://www.abrapcorp.org.br/anais2011/trabalhos/trabalho_marlene.pdf>. Acesso em 10 nov. 2016.

STASIAK, D. **A comunicação organizacional sob a perspectiva da mediatização social: Novos processos de visibilidade e interação na era da cibercultura**. Tese de doutorado na Universidade de Brasília. Brasília, 2013.

VERÓN, E. Abdução fundante. In: VERÓN, Eliseo. In: **Semiosis social 2: ideias, momentos, interpretantes**. Buenos Aires: Paidós, 2013.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

VERÓN, E. Esquema para El analisis de la mediatización. **Diálogos de la comunicación**. Lima, n. 48. p. 9-17, 1997.

VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2004.

VERÓN, E. Los públicos entre producción y recepción: problemas para una teoría del reconocimiento. **Curso da arrábida**: Público, Televisão, 2001.

XAVIER, M. P. Mediatização das práticas “psi”: a transformação da consulta nos dispositivos interacionais mediatizados. *In: Revista Questões Transversais – revista de Epistemologias da Comunicação*. Vol. 4. nº 6, nov./dez. 2015.