A CRISE DA ODEBRECHT A PARTIR DE ATORES SOCIAIS: NOVAS RELAÇÕES NA SOCIEDADE EM VIAS DE MIDIATIZAÇÃO.

THE ODEBRECHT CRISIS FROM SOCIAL ACTORS: NEW RELATIONSHIPS IN SOCIETY IN THE PROCESS OF MEDIATIZATION.

Noele Bolzan Duarte[1]

Resumo: 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 no contexto da crise, especificamente quanto ao movimento ci-

1. Graduada em Comunicação Social - habilitação Relações Públicas pela UFSM. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, linha de pesquisa Midiatização e Processos Sociais. Orientador: Prof. Dr. Jairo Ferreira. E-mail: noeleduarte@hotmail.com.

tado. Observou-se que deles parte uma alternativa ao protocolo comunicativo institucional. Os atores institucionais, em relação com a organização, são agentes de novas formas de produção e reconhecimento de mensagens/sentidos. Estão, inclusive, dentro da organização, produzindo para além de suas lógicas.

Palavras-chave: Midiatização. Crise. Odebrecht.

Abstract: In 2015, in Brazil, started the Operation "Lava Jato", in which the organization named Odebrecht is investigated. In the time of search and apprehension in their headquarters, the employees created a movement named "We are all Odebrecht", manifesting in favor of the organization, event that had repercussion in many vehicles of mass communication and in the digital networks. Looking for reflections about the actions of social actors directly linked to the organization in the context of the crisis, specifically with regard to the cited movement. It was observed that part of the social actors was an alternative to the institutional communicative protocol. The social actors, regarding to the organization, are agents of new ways of production and recognition of messages/meanings. The social actor is even within the organization, producing beyond its logics.

Keywords: Mediatization. Crisis. Odebrecht.

1 Introdução e acionamentos iniciais

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

te 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 midiatizada, 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 (Sgorla, 2016).

1.1 trabalhadores, empregados: atores institucionais

Neste trabalho utilizamos o termo empregado para referirmo-nos aos trabalhadores da Odebrecht. Há autores, como Scroferneker (2011), que optam por fazer uso dos termos empregado/colaborador/funcionário como sinônimos.

Sobre o assunto, Giacaglia (2005) afirma que um determinado momento histórico provoca a organização de enunciados referentes às formações discursivas que coexistem em uma sociedade, dando-se preferência a certos termos e

expressões em detrimento de outros. O autor entende funcionário/empregado/colaborador como especificações do termo trabalhador que são alvo de investidas e passam por estágios de usos: "o empresariado deu preferência à palavra funcionário, referindo-se ao trabalhador assalariado, em substituição a empregado; mais recente, há tendência para utilização de colaborador" (Ibid, p. 3). Refere que na medida em que se admitiu a importância funcional do trabalhador, passou-se a considerá-lo como participante ativo do processo para o sucesso empresarial.

Contudo, a utilização do termo colaborador para o contexto empresarial é alvo de críticas. Sólio (2011) esclarece que "colaborar, em essência, significa cooperar, o que esteve presente, sempre, ou deve estar, numa atividade laboral. Colaborar, portanto, é parte, não todo, numa relação de trabalho" (p. 11).

Segundo a autora, o termo entra para o jargão da administração a partir da administração japonesa, na década de 70 do século XX. Em seu estudo, aponta que colaborador traz um viés pejorativo, e propõe uma análise do contexto em que surge e do tipo de relação capital x trabalho do cenário de origem.

> A condição de colaborador pretende, na verdade, que o empregado olhe para a relação empregado/empregador sob uma ótica diferente daquela desenhada por embates que, ao longo da história, consolidaram conquistas e direitos, enquanto em momento algum conceitos como a *mais valia* sofrem qualquer tipo de modificação (Sólio, 2011, p. 10, grifo da autora).

Carramenha, Cappellano e Mansi (2013) optaram por usar o termo empregado na medida em que é o utilizado em lei. O artigo 3º da CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) determina que se considera empregado toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual a empregador, sob a dependência deste e mediante salário. Também, que não haverá distinções relativas à espécie de emprego e

à condição de trabalhador, nem entre o trabalho intelectual, técnico e manual (Brasil, 1943).

Neste artigo utilizamos o termo empregado para designar os trabalhadores da Odebrecht, que são atores sociais diretamente ligados à organização, aqui considerados como atores institucionais.

1.2 Movimento "Somos Todos Odebrecht"

Em 2015, no Brasil, a Polícia Federal deflagrou a Operação Lava Jato, na qual a organização Odebrecht é investigada. Com isso, o segundo maior grupo privado do país, com faturamento de quase R$ 108 bilhões em 2014[2], passa a enfrentar uma das maiores crises dos seus 70 anos de existência.

Em junho de 2015 foi decretada a prisão preventiva do então presidente Marcelo Odebrecht e executados mandatos de busca e apreensão nas sedes da organização. Um dia após o episódio, mais de duas centenas de empregados da Odebrecht colocaram-se em frente ao seu edifício-sede, em São Paulo, e criaram um mosaico com a frase "Somos todos Odebrecht", enquanto gritavam a palavra "orgulho". Atitudes semelhantes ocorreram nas sedes do Rio de Janeiro, Salvador e Angola. Conforme a reportagem "A Odebrecht além da crise" (Kroehn, 2015), da Revista Isto É Dinheiro, antes disso, uma corrente de e-mails circulou com a sugestão de que todos descessem do edifício-sede para uma manifestação. A reportagem traz que alguns empregados tentaram confirmar a hipótese de se tratar de um convite formal da empresa, o que não teria se confirmado.

A manifestação dos empregados foi divulgada em revistas, sites, e foi gerado um movimento nas redes digitais em que estes atores institucionais inseriam uma imagem vermelha, com a marca da organização, contendo a frase "Somos todos Odebrecht", nos espaços para fotos de perfil. A Odebrecht, através dos meios de comunicação e perfis insti-

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

tucionais como site, fanpage do facebook, instagram e twitter, divulgou a ação, a qual passou a fazer parte das estratégias de comunicação empreendidas pela organização na gestão da crise de imagem.[3]

Busca-se no artigo uma reflexão em torno da atuação dos empregados da Odebrecht no contexto da crise, especificamente na dimensão do movimento "Somos todos Odebrecht". Salienta-se que, apesar de se levar em consideração o movimento, aqui não se tem a intenção de caminhar para a investigação sobre tratar-se de um movimento espontâneo dos atores institucionais ou, ao contrário, motivado diretamente pela organização.

Observa-se que as operações de midiatização afetam as práticas institucionais e que os atores sociais, em relação com a organização, são agentes de novas formas de produção e reconhecimento de mensagens/sentidos. Também, conforme Ferreira argumenta (2008), a inscrição dos discursos institucionais e dos indivíduos em dispositivos midiáticos inseridos na circulação transforma a própria circulação midiática.

2 Os atores institucionais e a crise da Odebrecht

A manifestação, promovida por atores institucionais diante de um acontecimento gerado dentro do campo institucional reverbera, incide e produz movimentos no campo das mídias. Raciocina Antônio Fausto Neto (2005, p. 13), a partir de Charron (1994), que "as práticas comunicacionais das

3. Um "acontecimento que, pelo seu potencial explosivo ou inesperado, tem o poder de desestabilizar organizações e governos e suscitar pauta negativa. São acidentes, denúncias, violação de produto, assaltos, crime envolvendo a empresa ou seus empregados, processo judicial, concordata ou crise financeira, reclamação grave de clientes ou fatos semelhantes" (Forni, 2002, p. 373). Apesar da importância do tema, trata-se de uma cultura recente no Brasil: "as crises de imagem são eventos cada vez mais presentes, mas ainda constituem um campo da sociedade brasileira praticamente não devastado e quase nada explorado pelos principais agentes e instituições do país" (Rosa, 2007, p. 21).

instituições também afetam as práticas dos próprios campos das mídias, quando as agendas informativas são caucionadas por lógicas de agendas de outros campos sociais".

É na circulação que produtores e receptores se encontram em jogos complexos de oferta e reconhecimento (Fausto Neto, 2005). Gomes (2015), ao apresentar posição sobre o tratamento dado ao conceito de midiatização, conclui que a circulação "também se estrutura em conexões e interconexões que se desenrolam no marco das relações que a sociedade engendra para que a comunicação aconteça com rapidez e eficácia" (p. 15). Expõe a existência de relações diretas e indiretas, estas mediadas pela mídia nos seus processos de significações e sociais. Nesse contexto, há a circulação de conteúdos que geram resultados práticos e simbólicos ao serem elaborados socialmente.

Fausto Neto (2005) expõe que o "Esquema para analisis de la midiatización" desenvolvido por Eliseo Verón (1997, p. 15) nos ajuda a compreender a midiatização e suas processualidades. No esquema de Verón constam três campos: o das instituições, o das mídias, e dos atores sociais. Nele são observadas "quatro zonas de afetações ou de processos de midiatização" (Fausto Neto, 2005, p. 11): a relação dos meios com as instituições, a relação dos meios com os indivíduos, a relação das instituições com os indivíduos e a maneira pela qual os meios afetam as relações entre as instituições e os indivíduos.

Considerando o dito por Verón (1997), buscamos compreender como se dá este processo no tocante à manifestação dos atores sociais diretamente ligados à Odebrecht, ou seja, dos atores institucionais, diante da crise ocasionada pela Operação Lava Jato. Partimos do entendimento de que, conforme nos faz ver Monalisa Xavier (2015), a midiatização tem produzido deslocamentos, de modo que os eventos e fatos sociais que nela se ambientam são imediata e constantemente reconfigurados.

Neste caso, a Odebrecht é atravessada por circuitos diversos, do modo como entende Braga (2012). Para o autor, os processos e as consequências da circulação devem ser estudados, mas há a questão de como transitar da elabora-

ção reflexiva ensaística para o trabalho da pesquisa empírica. Uma primeira aproximação seria perceber que essa circulação "se manifesta concretamente na sociedade, na forma de circuitos – que são culturalmente praticados, são reconhecíveis por seus usuários e podem ser descritos e analisados por pesquisadores" (p. 41).

Temos, então, que esses circuitos envolvem momentos dialógicos, momentos especializados; momentos solitários; e momentos tecno-distanciados, difusos (Braga, 2012). A Odebrecht é atravessada por esses circuitos diversos. Diante da crise de imagem e da ação comunicacional dos atores institucionais, desenvolve circuitos tentativos (Braga, 2012), assim caracterizados pela necessidade de experimentação que, entendemos, é típico das situações de crise: sempre imprecisas, imediatas, quase que exclusivas (Rosa, 2007).

A mídia e os atores sociais também são atravessados pelos momentos que envolvem os circuitos, fazendo de operações de midiatização insumos para suas estratégias, práticas, identidade. Assim, observamos por parte da mídia -em relação com a Odebrecht-, a ocorrência de movimentos especializados -na medida em que a Odebrecht, na gestão de crise de imagem, utiliza lógicas típicas do campo midiático e nesse campo faz circular- e, também, de movimentos difusos, pois neste campo a Odebrecht não pode, necessariamente, impor suas próprias ideias e lógicas.

Por sua vez, os atores sociais também são afetados por circuitos tentativos realizados pela Odebrecht na gestão da crise de imagem que a afeta; pelo campo midiático e, também, pelos atores sociais diretamente ligados à organização, os atores institucionais, que utilizam as lógicas do campo midiático para posicionarem-se e produzirem sentidos positivos à Odebrecht.

Diante disso, no modo como realizamos uma reflexão acerca do episódio da manifestação dos empregados da Odebrecht e a circulação gerada, os atores institucionais estão em vários lugares, eles flutuam nos espaços que ocupam conforme os papéis que desempenham.

3 Novas relações na sociedade em vias de midiatização

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, levando-se em consideração tanto as instituições midiáticas tradicionais, como o jornal, por exemplo, quanto os dispositivos (Ferreira, 2006) como facebook e twitter. Tanto o que a organização precisava dizer sobre si na gestão da crise, quanto a cobertura dada pela mídia ao episódio de manifestação dos atores institucionais, ou as ações comunicacionais por eles realizadas, inscreveram-se dentro do campo midiático, especialmente na internet, como no site da Odebrecht e perfis institucionais nas redes digitais, site das revistas Isto É e Valor Econômico, perfis dos empregados nas redes digitais.

Recuperamos o texto de Rosa (2014b) que traz o pensamento de Pross, o qual classifica como mídias terciárias aquelas "que exigem um aparato tecnológico tanto por parte do emissor quanto do receptor da mensagem. Enquadram-se neste caso a televisão, o rádio e mais recentemente os meios online" (p. 243). A saber, pela sua classificação, as mídias primárias não exigem aparatos, exceto o próprio corpo como suporte; os meios secundários solicitam um aparato para emissão, como ocorre com a fotografia.

Para Rosa (2014b), as mídias terciárias digitais têm ampliada a potencialidade de fornecer textos que podem vir a fazer parte da memória do homem. Tem-se acesso a um constante banco de dados que não é descartável em si, inclusive em contextos diversos do original. Ao mesmo tempo, as mídias terciárias, neste caso, na internet, podem contribuir para uma "amnésia coletiva", pois criam e fortalecem uma memória específica, baseada em determinados fatos que devem ser lembrados.

Olhando-se pela ótica da organização e dos atores institucionais, as ideias formuladas pela autora remetem à importância de ações comunicacionais para a gestão de sen-

tidos, pois muito provavelmente a ideia fixada na memória coletiva estará relacionada à crise enfrentada pela Odebrecht na Operação Lava Jato. Nota-se que esse processo se dá com a participação dos atores institucionais midiatizados que, inclusive, pautam e agendam a mídia tradicional e são os desencadeadores da informação e das imagens. Quanto à ideia de "gestão de crise de imagem" pensamos que, em um cenário de midiatização, o sentido escapa, é co-produzido. Assim, "gestão" torna-se tema controverso, na medida em que não poderia ocorrer de fato.

Observamos neste caso, ainda, que parte dos atores institucionais uma alternativa ao protocolo comunicativo institucional. 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 midiatização.

Referências

BACHELARD, G. A. *A epistemologia*. Lisboa: Edições 70, 2001.

BALDISSERA, Rudimar; SÓLIO, Marlene Branca. 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 midiatizada. In: DUARTE, E. B.; CASTRO, M. L. D. (Orgs). *Em torno das mídias: Práticas e ambiências*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BONIN, J. A. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, E. et al. *Metodologias da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos.* Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 19-42.

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

CARRAMENHA, Bruno; CAPPELLANO, Thatiana; MANSI, Viviane Regina. *Comunicação com empregados: a comunicação interna sem fronteira*. Jundiaí, SP: Editora In House, 2013.

CRÉDICO, R. G. *Identidade e imagem organizacional de uma empresa brasileira.* 2003. 148 f. Dissertação (Pós-graduação em Organização, Recursos Humanos e Planejam ento)- Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2003.

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

_____. Midiatização- Prática social, prática de sentido. *Encontro da rede Prosul "Comunicação e processos sociais"*, 2005, UNISINOS/PPGCC.

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

_____. 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, Rinaldo. 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. Midiatização: 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.

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 midiatizado. *In:* M. MARCHIORI (org.). *Faces da cultura e da comunicação organizacional.* São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010, v. 2, p. 79-95.

MALDONADO, A. E. Pesquisa em comunicação: trilhas históricas, contextualização pesquisa empírica e pesquisa teórica. *In:* A. E. *MALDONADO et al. Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos.* 2. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. P. 277-303.

MARRE, J. A construção do objeto científico na investigação empírica. *Seminário de pesquisa do oeste do paraná.* Cascavel, outubro de 1991. p. 1-19.

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

PERUZZOLO, A. C. *A comunicação como encontro.* Bauru: EDUSC, 2006.

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

_____. Ecos Visuais no Youtube. *In: Revista Significação.* **Vol 41**, nº 41, 2014b.

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, Cleusa Maria Andrade. 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 midiatização. *In*: Seminário Internacional de Comunicação Organizacional, III, Belo Horizonte, 2016. *Anais...* 2016

SÓLIO, Marlene Branca. *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 midiatização 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.

_____. Esquema para El analisis de la mediatización. *In: Revista Diálogos de la comunicación.* Lima, n. 48. p. 9-17, 1997.

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

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

BRASIL. *Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943*. Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm. Acesso em 05 dez. 2016.