

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO (FAAC)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Mariana Carareto Alves

OS DESAFIOS PARA A RELAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES COM A SOCIEDADE
CONECTADA:
UM ESTUDO DOS COMENTÁRIOS NO FACEBOOK DA SAMARCO APÓS O
ACIDENTE EM MARIANA (MINAS GERAIS, BRASIL)

Bauru – São Paulo
2017

Mariana Carareto Alves

OS DESAFIOS PARA A RELAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES COM A SOCIEDADE
CONECTADA:
UM ESTUDO DOS COMENTÁRIOS NO FACEBOOK DA SAMARCO APÓS O
ACIDENTE EM MARIANA (MINAS GERAIS, BRASIL)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Mestre em Comunicação.
Orientadora: Profa. Dra. Roseane Andrelo

Bauru – São Paulo
2017

Alves, Mariana Carareto.

Os desafios para a relação das organizações com a sociedade conectada: um estudo dos comentários no Facebook da Samarco após o acidente em Mariana (Minas Gerais, Brasil) / Mariana Carareto Alves, 2017
187 f.

Orientador: Roseane Andrelo

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2017

1. Atitudes organizacionais. 2. Sociedade conectada. 3. Comunicação organizacional. 4. Facebook. 5. Samarco. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

Aos pesquisadores e docentes que enfrentam barreiras,
desafios e limitações para se dedicarem à sociedade.

Agradecimentos

Desafios, aprendizados e oportunidades representam o mestrado. As escolhas diante tantas possibilidades de estudo, a dedicação e comprometimento, os debates e reflexões, as experiências como docente, tudo que foi proporcionado envolveu a ajuda, orientação, colaboração de muitas pessoas, que, sem dúvida, me ajudaram a crescer.

Agradeço aos meus professores do mestrado pelos ensinamentos e dedicação. Em especial, aos que me acompanham desde a graduação e aos que contribuíram para este estudo. À Raquel por toda atenção e contribuições na qualificação. Às professoras da minha banca de defesa, Carol e Ivone, que, sem dúvida nenhuma, contribuem ainda mais para o meu crescimento e fazem parte do final de um ciclo importante para minha vida profissional.

À minha turma do mestrado da Unesp, da disciplina cursada na Usp e todos os colegas feitos nas disciplinas e nos artigos, agradeço por todas as reflexões, debates e momentos de descontração. Fiz amigos que levarei para toda a vida.

É preciso fazer um agradecimento mais que especial para àqueles que sustentaram tudo isso:

Obrigada família por todo o carinho e apoio, vocês me fortalecem!

Mami e Papi, mais uma vez, vocês viabilizaram tudo isso! Obrigada por todas as oportunidades que vocês nos dão e por criarem condições para escolhermos nossos caminhos e sonhos. Mami, obrigada por ser mãe e coorientadora, sua experiência é muito importante para mim. Zé, obrigada por aguentar o estresse, pelo apoio quando eu estava enrolada, por ouvir minhas inúmeras dúvidas e me ajudar a encontrar respostas e resolver problemas.

Por último, e muito importante, obrigada Roseane! Obrigada pelas palavras que acolhem, acalmam e conduzem, pelos ensinamentos e reflexões, por toda a atenção, sem medir esforços, sempre que precisei (principalmente quando eu aparecia de surpresa no departamento). Admiro muito sua ética e seu ouvir, tenho orgulho de ter você como orientadora!

Todas as experiências vividas são motivadoras para continuar esse caminho e, muito além disso, para lutar, sempre, pela universidade pública, de qualidade e inclusiva, para que todos possam ter as oportunidades que eu tive.

*“Cidadãos conscientes e participantes, ainda
que em minoria, podem mudar o mundo.
Na verdade, é o que sempre acontece.”
(Margareth Mead)*

RESUMO

As tecnologias de informação e comunicação alteraram a dinâmica da relação entre as organizações e a sociedade, as quais passaram a enfrentar maior exposição e cobranças por suas ações. Nesse cenário, as mídias sociais potencializaram as oportunidades de diálogo, participação e compartilhamento de informações, por isso a comunicação organizacional adquire um importante papel para, diante dos contextos e expectativas da sociedade, estabelecer laços de confiança com os indivíduos e construir percepções positivas sobre a atitude organizacional. A partir dessas circunstâncias, esta pesquisa objetiva discutir sobre os desafios enfrentados pelas organizações em sua relação com a sociedade considerando o cenário em que as mídias sociais ampliam as possibilidades para os indivíduos responderem diante das atitudes organizacionais e seus impactos. Para isso, foi realizada uma análise dos comentários nas postagens da Samarco em sua página do Facebook após o rompimento da barragem em Mariana (Minas Gerais, Brasil), a partir da perspectiva do Sistema de Resposta Social (BRAGA, 2006), o qual considera que os indivíduos são estimulados e respondem às informações que recebem por meio de processos midiáticos. Como metodologia, optou-se por realizar três procedimentos, sendo uma pesquisa bibliográfica, que compôs a fundamentação teórica refletindo sobre as responsabilidades das organizações na sociedade (GRAYSON; HODGES, 2002; SROUR, 2013), as potencialidades e possibilidades das mídias sociais (JENKINS, 2009; JENKINS; FORD GREEN, 2014; LÉVY, 2000; LUVIZOTTO; SERIDÓRIO, 2016), e a perspectiva relacional da comunicação organizacional (LIMA, 2008; OLIVEIRA; PAULA, 2010); uma pesquisa documental, para apresentar informações sobre os impactos causados pelo rompimento da barragem de minério da Samarco; e, uma análise de conteúdo para verificar as respostas dos indivíduos a partir dos discursos disseminados pela mineradora no Facebook. A partir da análise, os principais resultados discutidos referem-se ao uso ativo das mídias sociais, aos questionamentos de atitudes devido ao acesso e compartilhamento de informações, as possibilidades dialógicas e participativas, a influência dos contextos e ao fortalecimento de pressões.

Palavras-chave: Atitudes organizacionais. Sociedade Conectada. Comunicação Organizacional. Facebook. Samarco.

ABSTRACT

Information and communication technologies changed the dynamics of the relation between organizations and society, which begun to face greater exposure and accountability for its actions. With this in mind, social media optimized the opportunities of information dialogue, participation, and sharing, therefore the organizational communication acquires an important role to, in the face of society contexts and expectations, establish bonds of trust with the individuals and build up positive perceptions about the organizational attitude. Based on these circumstances, this study aimed to discuss the challenges faced by organizations in its relation with the society, considering the scenario in which the social media enlarge the possibilities for the individuals to respond before organizational attitudes and its impacts. To this end, it was performed an analysis of Samarco comments and posts on its Facebook page after the dam disruption in Mariana (State of Minas Gerais, Brazil), based on the Social Response System (BRAGA, 2006), which considers that individuals are stimulated and respond to information they receive through media processes. As methodology, three procedures were chosen, a bibliographic research, which was part of the theoretical fundamentals, reflecting upon the organizations responsibilities in the society (GRAYSON; HODGES, 2002; SROUR, 2013), social media potentialities and possibilities (JENKINS, 2009; JENKINS; FORD GREEN, 2014; LÉVY, 2002; LUVIZOTTO; SERIDÓRIO, 2016), and the organizational communication relational perspective (LIMA, 2008; OLIVEIRA; PAULA, 2010); a documental research to present information about impacts caused by Samarco ore dam disruption; and a content analysis to verify the individuals responses based on the speeches widespread by the mining company on Facebook. Based on the analysis, the main results discussed refer to the active usage of social media, the attitudes questioning due to the information access and sharing, the dialogic and participative possibilities, the contexts influence, and to the pressure reinforcement.

Keywords: Organizational attitudes. Connected society. Organizational Communication. Facebook. Samarco.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Estrutura de uma barragem.....	73
Figura 2 – Localização entre a barragem de Fundão e Bento Rodrigues.....	74
Figura 3 – Foto de Bento Rodrigues após o acidente.....	75
Figura 4 – Imagem de satélite de Bento Rodrigues antes e depois do acidente.....	75
Figura 5 – A lama no Rio Doce.....	76
Figura 6 – A lama em Regência.....	77
Figura 7 – Municípios atingidos pelo rompimento da barragem de Fundão.....	78
Figura 8 – Postagem da temática social realizada pela Samarco.....	90
Figura 9 – Postagem da temática ambiental realizada pela Samarco.....	91
Figura 10 – Postagem da temática política realizada pela Samarco.....	92
Figura 11 – Postagem da temática econômica realizada pela Samarco.....	93
Figura 12 – Postagem da temática organizacional realizada pela Samarco.....	94
Figura 13 – Postagem Organizacional e Social.....	96
Figura 14 – Postagem Organizacional e Econômica.....	97
Figura 15 – Postagem Social e Ambiental.....	98
Figura 16 – Postagem Social e Econômica.....	98
Figura 17 – Grupo de Informação: Ações realizadas para reparação e recuperação dos impactos.....	102
Figura 18 – Grupo de Informação: Ações e informações de fornecimento de água para as regiões afetadas.....	103
Figura 19 – Grupo de Informação: Ações de atendimento às vítimas devido aos impactos sociais.....	104
Figura 20 – Grupo de Informação: Ações para atendimento dos animais.....	104
Figura 21 – Grupo de Informação: Comunicados oficiais da Samarco.....	105
Figura 22 – Grupo de Informação: Ações Socioambientais.....	106
Figura 23 – Grupo de Informação: Ações para recuperação ambiental.....	106
Figura 24 – Grupo de Informação: Medidas para o impacto econômicos.....	107
Figura 25 – Análise dos comentários: Postagem de novembro de 2015.....	120
Figura 26 – Análise dos comentários: Postagem de dezembro de 2015.....	123
Figura 27 - Análise dos comentários: Postagem de janeiro de 2016.....	125
Figura 28 – Exemplo de comentário: percepções de impacto.....	130

Figura 29 – Exemplo de comentário: cobranças de ações.....	130
Figura 30 – Exemplo de comentário: apontamentos de responsabilidades.....	131
Figura 31 – Exemplo de comentário: atitudes questionadas.....	131
Figura 32 – Exemplo de comentário: defesa da Samarco.....	134
Figura 33 – Exemplo de comentário: características atribuídas à empresa.....	135
Figura 34 – Exemplo de comentário: opinião sobre o posicionamento oficial da Samarco.....	135
Figura 35 – Exemplo de comentário: consistência entre o discurso e as atitudes.....	136
Figura 36 – Exemplo de comentário: respostas da Samarco para comentários realizados.	138
Figura 37 – Exemplo de comentário: diálogos entre os indivíduos.....	139
Figura 38 – Exemplo de comentário: referências informativas sobre o acidente.....	142
Figura 39 – Exemplo de comentário: relação do acidente com a corrupção no governo....	144

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Publicações da Samarco entre novembro de 2015 e novembro de 2016.....	87
Quadro 2 – Frequência das temáticas abordadas.....	95
Quadro 3 – Frequência das temáticas por mês.....	99
Quadro 4 – Informações abordadas nas postagens.....	101
Quadro 5 – Frequência das informações disseminadas por mês	108
Quadro 6 – Resumo das categorias e grupos de respostas	119
Quadro 7 – Categorias dos comentários na postagem de novembro de 2015.....	122
Quadro 8 – Categorias dos comentários na postagem de dezembro de 2015.....	124
Quadro 9 – Categorias dos comentários na postagem de janeiro de 2016.....	126
Quadro 10 – Categorias dos comentários na postagem.....	127
Quadro 11 – Respostas na categoria sobre ação e atitudes da Samarco.....	129
Quadro 12 – Respostas na categoria relacionada à comunicação organizacional.....	133
Quadro 13 – Respostas na categoria de diálogos gerados pelo discurso.....	138
Quadro 14 – Respostas na categoria de compartilhamento de informação.....	141
Quadro 15 – Respostas na categoria de comentários políticos.....	144

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Relação entre temáticas e informações.....	110
---	-----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 OS REFLEXOS DO DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO NA RELAÇÃO ENTRE ORGANIZAÇÕES E SOCIEDADE.....	17
2.1 Apontamentos sobre as transformações socioeconômicas da sociedade	17
2.2 Os reflexos da Sociedade da Informação para as organizações	23
2.3 A influência dos indivíduos nas organizações da sociedade conectada.....	34
3 O PAPEL DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NA RELAÇÃO ENTRE ORGANIZAÇÕES E SOCIEDADE.....	44
3.1 Comunicação Organizacional sob a perspectiva relacional	44
3.2 As possibilidades das mídias sociais para as organizações diante dos desafios de relacionamento com um público participativo	55
4 A RELAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES COM A SOCIEDADE CONECTADA: ANALISANDO OS COMENTÁRIOS REALIZADOS PARA A SAMARCO NO FACEBOOK	61
4.1 Descrevendo o fundamento e o procedimento metodológico	62
4.2 Pesquisa Documental: o rompimento da barragem da Samarco e seus impactos para a sociedade	69
4.3 Análise de conteúdo das postagens realizadas pela Samarco	86
4.3.1 Análise temática das postagens realizadas pela Samarco.....	88
4.3.2 Análise dos comentários nas postagens da Samarco.....	112
4.4 Discussão dos resultados: apontamentos sobre as respostas realizadas a partir do discurso da Samarco.....	146
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	156
REFERÊNCIAS.....	162
APÊNDICE A – Assuntos abordados nos Grupos de Respostas	171
ANEXO A – Exemplos: Comentários sobre ação e atitudes da Samarco	176
ANEXO B – Exemplos: Comentários relacionados à comunicação organizacional	178
ANEXO C – Exemplos: Diálogos gerados pelos discursos da Samarco	181
ANEXO D – Exemplos: Comentários de compartilhamento de informação.....	184
ANEXO E – Exemplos: Comentários que envolvem questões políticas.....	186

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento e fortalecimento das tecnologias de informação e comunicação (TICs) inseriram a sociedade contemporânea em um complexo cenário de constantes transformações nas esferas culturais, políticas, econômicas e sociais. As tecnologias possibilitaram a aproximação dos indivíduos, o maior acesso à informação e transformaram a maneira de se comunicar, alterando a lógica das relações sociais e causando impactos para essas esferas. Diante desse cenário, as organizações passam a ser reconhecidas como atores importantes por serem “partes integrantes do sistema global e microssociedades que exercem grande influência no desenvolvimento econômico e social e nas transformações por que passa o mundo contemporâneo” (KUNSCH, 2014, p.36).

Como atores sociais, elas precisam estabelecer relações que vão além de seus interesses econômicos, colaborando para o desenvolvimento sustentável da sociedade, proporcionando bem-estar aos indivíduos e amenizando os impactos causados por sua atuação. Para isso, passam a utilizar estratégias de comunicação a fim de estabelecer relacionamentos e responder às demandas e interesses da sociedade, tendo como objetivo gerir seus ativos intangíveis, os quais sustentam e legitimam a atividade organizacional.

Porém, a sociedade conectada e o desenvolvimento das mídias sociais trazem desafios à comunicação organizacional devido às possibilidades de interação, produção e compartilhamento de conteúdo, que incentivam a participação dos indivíduos em diversas situações e assuntos. Nesse cenário, os públicos assumem uma postura de produtores ativos de informação, os quais utilizam as oportunidades disponibilizadas pelas mídias para trocar e expor percepções, além de acompanhar as organizações mais de perto.

As possibilidades de interação fortalecem a cultura participativa na sociedade e refletem no relacionamento das organizações com seus públicos, pois eles possuem mais voz e influência por poderem produzir e transmitir conteúdos para inúmeros usuários da internet, interagindo e compartilhando suas opiniões, experiências, impressões e informações sobre a atuação delas (JENKINS, 2009; JENKINS; FORD; GREEN, 2014). Como efeito, passam a ter meios para apoiar ou confrontar as atitudes e discursos organizacionais.

Nesse contexto, a comunicação organizacional enfrenta relacionamentos mais complexos e adquire uma perspectiva dialógica e interacional, para que as relações sejam estabelecidas a partir de um processo de construção de sentidos originado pelo diálogo com os públicos e, assim, seus interesses e os contextos sejam articulados nos discursos e práticas organizacionais (OLIVEIRA; PAULA, 2010). Considerando a perspectiva relacional, a troca

entre públicos e organizações nas mídias sociais é importante para elas estabelecerem diálogo, serem transparentes sobre seus processos e atitudes e atenderem às demandas sobre sua atuação com respostas rápidas e consistentes a partir das reações dos indivíduos. Diante disso, elas podem construir significados importantes sobre suas atividades, principalmente, em relação a situações de impactos para a sociedade.

Dessa forma, acredita-se na importância de desenvolver estudos que demonstrem como acontecem as relações entre os indivíduos e as organizações no ambiente digital para a construção de significados que atendam os interesses organizacionais, porém, muito além disso, que expliquem como as reações causadas nos públicos pelo discurso organizacional criam desafios para atuação das organizações e influenciam em atitudes mais consistentes, principalmente, quando elas causam impactos de suas responsabilidades para a sociedade.

Busca-se, na presente pesquisa, responder ao seguinte questionamento: quais os desafios que as mídias sociais criam para a relação das organizações com a sociedade em um contexto que os indivíduos possuem possibilidades para interagir diante de impactos causados pela ação das organizações? Para isso, foi analisado o caso da Samarco, que em 5 de novembro de 2015 teve uma barragem de rejeito de minério rompida, na região de Mariana (Minas Gerais, Brasil), causando impacto de grande proporção para as esferas econômicas, políticas, sociais e ambientais nos estados de Minas Gerais e Espírito Santo. O caso foi considerado pelo governo e instituições ambientais como o maior desastre ambiental do país, repercutindo em âmbito nacional e internacional. Com isso, a mineradora utilizou sua página no Facebook e seu site como meios para se comunicar com a sociedade.

O rompimento da barragem ocorreu em um cenário de intenso uso das mídias sociais para se comunicar, tanto por parte dos públicos quanto das organizações. Desde que as TICs se fortaleceram como um meio de relacionamento e comunicação, não houve, no Brasil, nenhum desastre dessa proporção, com ampla cobertura midiática, com cobertura nas mídias sociais on-line e interação, em tempo real, com a organização. Todos esses fatores possibilitam a análise das principais percepções e reações de indivíduos, mais participativos, diante de informações recebidas por uma organização sobre um impacto causado por ela. Essa é uma oportunidade para compreender os desafios que as TICs trouxeram para a relação entre organização e sociedade.

Diante disso, o objetivo desta pesquisa é discutir sobre os desafios enfrentados pelas organizações em sua relação com a sociedade considerando o cenário em que as mídias sociais ampliam as possibilidades para os indivíduos responderem diante das atitudes organizacionais e seus impactos, a partir da análise dos comentários realizados nas postagens

da Samarco no Facebook. Metodologicamente o estudo baseia-se em três procedimentos: pesquisa bibliográfica, realizada para esclarecer enfoques importantes para o desenvolvimento e compreensão do caso analisado; pesquisa documental, para levantar informações sobre a Samarco, o rompimento da barragem, os impactos causados e compreender o contexto em que se deu o acidente; e análise de conteúdo, para verificar os discursos da mineradora e as respostas realizadas pelos indivíduos a partir deles.

Para embasar a escolha do método de análise do Facebook, optou-se por adotar como referencial teórico-metodológico o Sistema de Resposta Social, defendido por Braga (2006), o qual considera que as informações, que chegam aos indivíduos por meio de processos midiáticos, estimulam e geram respostas a partir dos contextos que eles estão envolvidos. Dessa forma, entende-se que a análise de conteúdo sustenta técnicas para interpretar as respostas realizadas pelos indivíduos a partir dos discursos da Samarco disseminados nas mídias sociais.

Considerando esses procedimentos, o trabalho foi estruturado em três capítulos, sendo dois de fundamentação teórica e um com a análise para discussão do objetivo. O primeiro capítulo de fundamentação teórica, *Os reflexos do desenvolvimento tecnológico na relação entre organizações e sociedade*, está dividido em três seções que fazem, respectivamente, reflexões sobre as transformações socioeconômicas da sociedade, os reflexos da Sociedade da Informação para as organizações e sobre a influência dos indivíduos nas organizações da sociedade conectada. O segundo capítulo, *O papel da comunicação organizacional na relação entre organizações e sociedade*, está dividido em duas seções e apresenta reflexões sobre a comunicação organizacional sob a perspectiva relacional e sobre as possibilidades das mídias sociais para as organizações diante dos desafios de relacionamento com um público mais participativo.

A fundamentação teórica objetivou compreender a relação das organizações com a sociedade considerando os desafios e impactos que surgiram com o desenvolvimento tecnológico. Verificou-se reflexos culturais, econômicos, políticos e sociais tanto para os indivíduos quanto para as organizações, a partir de estudos realizados por Drucker (1993), Castells (2002), Lévy (2000), Jenkins (2009), Jenkins; Ford e Green (2014), Srour (2012; 2013), Martino (2015), dentre outros. Com esses reflexos, buscou-se compreender a importância da comunicação organizacional como mediadora das relações entre organizações e sociedade em um contexto de fortalecimento da perspectiva dialógica e interacional, o qual apresenta possibilidades e desafios para as organizações se comunicarem no âmbito das

mídias sociais. Para isso, foram considerados estudos desenvolvidos por Kunsch (2003; 2009; 2014), Timoteo (2013), Ferrari (2011), Oliveira e Paula (2010), entre outros.

O terceiro capítulo da pesquisa é composto pela análise do Facebook da Samarco para a discussão do objetivo proposto. Ele está dividido em seções que apresentam: descrição do fundamento e do procedimento metodológico; pesquisa documental sobre o rompimento da barragem da Samarco e seus impactos para a sociedade; análise de conteúdo das postagens realizadas pela mineradora composta pela análise temática das postagens e pela análise dos comentários nas postagens; e, discussão dos resultados com apontamentos teóricos sobre as respostas realizadas a partir do discurso da empresa.

Os conceitos abordados foram importantes para o levantamento de enfoques que permitiram compreender as respostas dos indivíduos e discutir os desafios enfrentados pelas organizações. Os resultados da pesquisa são envolvidos pelas potencialidades relacionais, dialógicas e participativas que fortalecem as pressões enfrentadas pelas organizações diante dos impactos causados para a sociedade.

2 OS REFLEXOS DO DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO NA RELAÇÃO ENTRE ORGANIZAÇÕES E SOCIEDADE

A relação entre organizações e sociedade é antiga e passou por transformações no processo de desenvolvimento tecnológico, sendo importante compreender o cenário no qual elas se envolveram com as grandes mudanças que ocorreram desde a Revolução Industrial. Para isso, o presente capítulo tem como objetivo refletir sobre os principais fatores que alteraram a dinâmica organizacional e sua relação com a sociedade, considerando como base o desenvolvimento tecnológico e seus impactos socioeconômicos.

O estudo realizado, na primeira parte da fundamentação teórica, trabalha com questões e conceitos que explanam sobre as transformações enfrentadas no percurso entre uma sociedade industrial até a sociedade da informação. São discutidas a relação das organizações com a sociedade; as mudanças que as organizações causaram impactando em questões emergentes e aumentando as pressões cidadãs por ação ética e socialmente responsável; a influência da tecnologia para essa relação, a partir do advento da sociedade da informação e desenvolvimento de redes sociais on-line; e as potencialidades das tecnologias de informação e comunicação para os indivíduos, as quais permitiram maior interação, acesso à informação e oportunidades de participação.

Este capítulo está dividido em três seções, as quais discorrem, respectivamente sobre as transformações socioeconômicas entre o período industrial e informacional, os reflexos da Sociedade da Informação para as organizações e a influência dos indivíduos da sociedade conectada para as organizações. Apresenta-se, portanto, o primeiro olhar para refletir como a dinâmica das organizações mudou com o desenvolvimento tecnológico e os desafios que surgiram para as interações que elas estabelecem com a sociedade.

2.1 Apontamentos sobre as transformações socioeconômicas da sociedade

A evolução da sociedade é marcada por diversos fenômenos sociais que explicam o comportamento e as ações dos seres humanos. Hábitos, características culturais, as inter-relações e a forma como a sociedade se organiza são alguns que estão em constante transformação. Nesse cenário, o advento das tecnologias de informação e comunicação e a forma como elas foram apropriadas pela sociedade associam-se a essa evolução e aos efeitos causados nas relações sociais, econômicas, políticas e culturais, o que, conseqüentemente, refletiu em novos desafios no que tange à relação entre organizações e sociedade.

As organizações são antigas na sociedade e referem-se à forma como os indivíduos se agrupam para cumprir determinadas funções coletivas (DIAS, 2008). Com o tempo, elas se formalizaram e passaram a atender demandas fundamentais para os seres humanos, cumprindo importantes funções sociais, econômicas e políticas. Assim, tornaram-se responsáveis, dentre outros fatores, por produzir os bens e prestarem serviços necessários para a sociedade, por exemplo, na educação, formando e gerando conhecimento, e nas estruturas de poder para estabelecer ordem, regras e leis para o convívio (DIAS, 2008).

Devido suas responsabilidades, elas se tornaram atores sociais que exercem relação com os indivíduos, sendo fundamental reconhecer o contexto histórico que as envolve para compreender essa relação e os desafios que surgiram (FERRARI, 2011). Nesse sentido, destaca-se que o desenvolvimento tecnológico é um dos principais fatores que trouxe complexas transformações econômicas, políticas, sociais e culturais, as quais impactaram as estruturas da sociedade, o comportamento dos indivíduos, as formas de produção, a comunicação, as relações de trabalho e, conseqüentemente, a gestão das organizações. De acordo com Dias (2008), desde a Revolução Industrial, que teve seu marco inicial no final do século XVIII na Inglaterra, as organizações sofreram efeitos e influências. Verifica-se, portanto, que do desenvolvimento industrial ao processo de globalização, a tecnologia e suas inovações trouxeram transformações para estrutura social e organizacional.

A Revolução Industrial marcou avanços tecnológicos que objetivaram a produção de bens em busca do interesse de expansão comercial, mas, além disso, foi o desenvolvimento tecnológico e econômico causado por ela que refletiu, aos poucos, como aponta Iglésias (1987), para o alcance da era digital. O autor afirma que as experiências tecnológicas iniciais geraram bons resultados para chegar ao desenvolvimento digital e, por isso, nos “primeiros tempos da História ao século XVIII obtém-se muito menos do que das duas últimas décadas desse século aos dias atuais (IGLÉSIAS, p. 50, 1987).

Considerando o avanço da produção industrial uma primeira etapa da revolução, a tecnologia teve um desenvolvimento lento e foi barrada por contextos históricos, principalmente político e social (IGLÉSIAS, 1987). Porém, com a expansão do conhecimento proporcionada pelo progresso científico, criação de novos inventos e devido à própria evolução do capitalismo, ela se fortaleceu e permitiu novas possibilidades tecnológicas que transformaram economicamente a sociedade. Nesse sentido, a “passagem da manufatura à maquinofatura” (IGLÉSIAS, p.48, 1987) colaborou para alavancar o capitalismo, pois a criação das máquinas permitiu uma maior e mais rápida produção (DRUCKER, 1993), além de garantir custos mais baixos. Nesse período, “a velocidade de mudanças das técnicas criou

uma demanda por capital” muito alta e, conseqüentemente, exigiu a concentração de produção para unidades fabris para que se tornasse possível uma produção em grande escala (DRUCKER, p.11, 1993), atendendo os interesses de expansão comercial e do lucro da classe de novos empresários.

Diante desse cenário, o trabalho braçal foi substituído pela mecânica e o vapor se tornou uma fonte de energia para o funcionamento das máquinas, dando mais potência à produção. Logo foram verificados efeitos para a produção agrícola, pois os alimentos ficaram mais baratos; para a produção algodoeira, devido ao desenvolvimento da indústria têxtil; e, para a estrutura e organização das cidades, pois com as novas oportunidades de trabalho e o declínio de uma sociedade meramente rural, a população passou a migrar para a zona urbana em busca de qualidade de vida.

O desenvolvimento industrial acarretou em conseqüências positivas e negativas: uma época marcada pelo rápido crescimento econômico em toda a sociedade, porém com um grande aumento de desigualdades. Iglésias (1987) aponta como positivos, dentre outros fatores, o aumento do número de empregos e da produção de bens importantes para a sociedade, a especialização dos indivíduos, a movimentação do capital e, de certa forma, o aumento do bem-estar social, pois a nova sociedade oferecia melhores condições para a população. Por outro lado, o autor aponta que efeitos sociais negativos, como o aumento populacional e a urbanização sem planejamento, um cenário econômico favorável à ascensão de apenas uma classe, problemas trabalhistas e ambientais, também foram resultados da evolução.

Para Drucker (1993, p.12), “a velocidade inédita com a qual a sociedade se transformou criou as tensões e conflitos sociais da nova ordem” e refletiu em problemas de responsabilidades das organizações, no fortalecimento do capitalismo, com a criação de novas classes e na transformação das relações sociais. Assim, a Revolução Industrial moldou uma nova sociedade impactada pelas transformações econômicas, sociais e políticas e, entre efeitos positivos e negativos, o avanço tecnológico, em prol da expansão do capitalismo, continuou.

São duas as fases da Revolução e, de acordo com Castells (2002, p.71), ambas marcaram um grande aumento de tecnologias que “transformou os processos de produção e distribuição, criou uma enxurrada de novos produtos e mudou de maneira decisiva a localização de riqueza e poder no mundo [...]”. Para isso, sua primeira fase é marcada pelo uso do carvão, ferro e vapor para a produção, enquanto na segunda, “o aço substituiu o ferro como material industrial básico, e a eletricidade e os produtos do petróleo superaram o vapor

como principais fontes de força motriz.” (SROUR, p.26, 2012). Essa substituição permitiu o aprimoramento de tecnologias que desenvolveram a indústria química, elétrica, de petróleo e de aço, o que foi fundamental, por exemplo, para os meios de transporte e comunicação. Para Castells (2002), a eletricidade foi a principal força da segunda fase e propulsora de todos os avanços que ocorreram, inclusive no desenvolvimento da rede de comunicação que conectou o mundo.

Os avanços da comunicação e da microeletrônica marcam uma nova fase na sociedade, a Revolução Informacional, que modificou, segundo Srouer (2012), as técnicas de produção, que deixam de ser mecânica e eletromecânica para serem mediadas pela microeletrônica, pela robotização e pela automação, e o modelo econômico vigente, o qual passa a se basear nos computadores, na troca de dados, de informações e de conhecimento. O novo paradigma técnico e econômico é caracterizado como informacional e as organizações passam a depender “de sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimento” (CASTELLS, 2002, p.120). As transformações não marcam apenas as organizações, pois a informação, por gerar conhecimento, se torna valiosa e fundamental para a qualidade de vida e bem-estar dos cidadãos (CARARETO; ANDRELO; CABRAL, 2016).

Diante disso, surge uma “nova era em que a informação flui a velocidades e em quantidades há apenas poucos anos inimagináveis, assumindo valores sociais e econômicos fundamentais” (TAKASASHI, 2002, p.19), tornando-se um fator estratégico na sociedade, presente em todos os tipos de atividades e indispensável para elas. De acordo com Werthein (2000), o desenvolvimento tecnológico definiu um novo paradigma para a sociedade centrado na tecnologia de informação, o que direcionou todos os processos econômicos e sociais para a Sociedade da Informação.

A expressão “sociedade da informação” passou a ser utilizada, nos últimos anos desse século, como substituto para o conceito complexo de “sociedade pós-industrial” e como forma de transmitir o conteúdo específico do “novo paradigma técnico-econômico”. A realidade que os conceitos das ciências sociais procuram expressar refere-se às transformações técnicas, organizacionais e administrativas que têm como “fator-chave” não mais os insumos baratos de energia – como na sociedade industrial – mas os insumos baratos de informação propiciados pelos avanços tecnológicos na microeletrônica e telecomunicações. (WERTHEIN, 2000, p.71)

Como resultado do desenvolvimento tecnológico, origina-se uma nova ordem econômica e social orientada pelas possibilidades advindas das tecnologias de informação e

comunicação (CASTELLS, 2002). Assim, as transformações apontadas por Werthein (2000) demonstram que no período da Revolução Industrial o principal fator propulsor do desenvolvimento foi o uso de energia para a produção e circulação e, na Revolução Informacional, a fonte de desenvolvimento está na tecnologia capaz de processar informações para gerar conhecimentos, estabelecendo um círculo virtuoso de interação para a produtividade (CASTELLS, 2002).

As principais características dessa revolução, portanto, são o uso da informação como matéria prima, ou seja, as tecnologias são desenvolvidas para usar informação e não apenas para desenvolver novas tecnologias; a penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias, pois pela informação ser essencial em todas as atividades do homem, elas impactam e transformam todo o sistema social; a lógica de redes, pois, com as TICs as interações e conexões podem ser implantadas em todos os processos e organizações; a flexibilidade das dinâmicas organizacionais podem ser reorganizadas e reconfiguradas de acordo com as complexas transformações da sociedade; e a convergência de tecnologias para a integração de mercados para compartilhamento de saberes e geração de novas informações e novos conhecimentos (CASTELLS, 2002).

A revolução das tecnologias de informação e comunicação difundiu-se rapidamente pelo mundo marcando as transformações econômicas, políticas, culturais e sociais, como aponta Castells (2002). A rápida disseminação das possibilidades tecnológicas influenciaram na dinâmica da sociedade e nomearam o que é reconhecido como Sociedade da Informação: uma sociedade movida por tecnologias de informação, processamento de dados e comunicação, o que possibilitou o desenvolvimento da internet e das tecnologias de rede, propiciando, dentre outras coisas, a conexão e integração entre as pessoas, o maior acesso a informações e as oportunidades de participação, fatores importantes para este estudo.

Takasashi (2002) aponta três fenômenos interdependentes como responsáveis pelas transformações ocasionadas: a convergência da base tecnológica, pois por meio da informática e das comunicações foi possível representar e processar qualquer informação digitalmente; a dinâmica da indústria, que permitiu a queda do preço dos computadores, popularizando-o e ampliando seu uso; e a expansão da Internet, pois o aumento global de possibilidades técnicas para o acesso é crescente e a disseminação do uso é rápida. Diante disso, Takasashi (2002, p. 22) afirma que a Sociedade da Informação:

Representa uma profunda mudança na organização da sociedade e da economia [...]. É um fenômeno global, com elevado potencial transformador

das atividades sociais e econômicas, uma vez que a estrutura e a dinâmica dessas atividades inevitavelmente serão, em alguma medida, afetadas pela infraestrutura de informações disponível. É também acentuada sua dimensão político-econômica, decorrente da contribuição da infraestrutura de informações para que as regiões sejam mais ou menos atraentes em relação aos negócios e empreendimentos. Sua importância assemelha-se à de uma boa estrada de rodagem para o sucesso econômico das localidades. Tem ainda marcante dimensão social, em virtude do seu elevado potencial de promover a integração, ao reduzir distâncias entre as pessoas e aumentar o seu nível de informação.

Os reflexos das mudanças impactaram, portanto, desde as organizações até os hábitos e comportamentos dos indivíduos, alterando as gestões organizacionais e as interações sociais. Dessa forma, as novas tecnologias e o uso da informação por meio delas caracterizam-se como “motores de uma nova civilização”, a qual passa a se deparar com constantes transformações nas “arquiteturas sociais” e nas “carpintarias mentais”, nos “formatos empresariais” e nas “estratégias de relacionamento” (SROUR, 2012, p.2-5).

Os efeitos da sociedade movida por tecnologia e informação se refletiram na integração de mercados, de culturas e no intercâmbio de informação e conhecimento por todo o mundo, suprimindo, cada vez mais, as necessidades do sistema capitalista por meio do processo de globalização. Nesse processo, as interações políticas, econômicas, sociais e culturais transcendem territórios, transformando geograficamente o local em global, o que refletiu em um cenário de complexos conflitos geopolíticos e o surgimento uma nova economia de interdependência global.

Para Castells (2002, p.119), essa nova economia possui características que se interligam e influenciam em todos os processos sociais, ela:

É *informacional* porque a produtividade e a competitividade de unidades ou agentes nessa economia (sejam empresas, regiões ou nações) dependem basicamente de sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimentos. É *global* porque as principais atividades produtivas, o consumo e a circulação, assim como seus componentes (capital, trabalho, matéria-prima, administração, informação, tecnologia e mercados) estão organizados em escala global, diretamente ou mediante uma rede de conexões entre agentes econômicos. É *rede*, porque, nas novas condições históricas, a produtividade é gerada, e a concorrência é feita em uma rede global de interação entre redes empresariais. Essa nova economia surgiu no último quartel do século XX porque a revolução da tecnologia da informação forneceu a base material indispensável para sua criação.

A nova economia global, informacional e em rede ocasiona novos desafios para os indivíduos e organizações, pois as barreiras foram reduzidas “não somente pelos fluxos financeiros, econômicos e materiais, mas também pela difusão do conhecimento, informação, sistema de crenças, ideias e valores” (FLEURY; FLEURY 2011 apud FERRARI, 2011, p.139), transformando culturalmente os indivíduos, os quais vivem, desde o século XX, em uma sociedade de constante desenvolvimento tecnológico.

2.2 Os reflexos da Sociedade da Informação para as organizações

A Sociedade da Informação é marcada por uma série de transformações consideradas consequências de acontecimentos políticos, da nova economia global que se instaurou, de reflexos em questões sociais e, principalmente, do desenvolvimento tecnológico, o qual altera a dinâmica das relações em todo o mundo. Esse cenário influenciou as práticas organizacionais refletindo na relação entre organizações e sociedade devido, principalmente, a questões emergentes na sociedade civil que surgiram das mudanças ocorridas.

Para Srour (2013), as influências que as organizações passam a enfrentar originam-se de um processo histórico marcado pelo avanço de regimes democráticos, os quais possibilitaram aos indivíduos direitos de expressão e de manifestação, e pela globalização econômica, pois, dentre outros aspectos, a competitividade entre as organizações gerou uma necessidade de atitudes sociais devido ao cenário que a sociedade estava envolvida.

Nesse sentido, ao mesmo tempo que se ampliavam as possibilidades democráticas e alterava-se a lógica econômica global, as consequências da Revolução Tecnológica eram mais evidentes e, de acordo com Grayson e Hodges (2002), a sociedade enfrentou mudanças que ampliaram as responsabilidades das organizações. Primeiramente, destaca-se que o desenvolvimento alcançou proporções em que a economia se tornou influente na vida de todos os indivíduos e, conseqüentemente, as empresas, principalmente multinacionais, passam a ser “a principal força de crescimento e desenvolvimento”, pois elas “criam riqueza e produzem bens e serviços na maior parte do mundo” (GRAYSON; HODGES, 2002, p.29).

Por outro lado, Grayson e Hodges (2002) afirmam que essa lógica econômica refletiu em problemas ambientais, devido a utilização de recursos naturais e aos impactos que a atividade pode trazer para todo o ecossistema, e problemas sociais devido às consequências para as comunidades, que vivem ao redor dos locais que as organizações se instalam, em relação à geração de empregos, concentração de renda, aumento da desigualdade e crescimento da pobreza. Por isso, emergem na sociedade novas questões que interferem na

gestão das organizações, pois os impactos gerados passam a exigir responsabilidades para “ecologia e meio ambiente, saúde e bem-estar, diversidade e direitos humanos, e, comunidades”. (GRAYSON; HODGES, 2002, p.95).

Nesse mesmo cenário, as organizações também enfrentam os resultados e efeitos da Revolução Digital, a qual reformulou tanto a vida dos indivíduos, quanto as atitudes e práticas internas e externas das organizações (SROUR, 2013). Na Sociedade da Informação, as tecnologias de informação e comunicação oferecem oportunidades para interação entre os indivíduos, diálogos, debates, disseminação de informação, produção e compartilhamento de diversos conteúdos com mais facilidade. Assim, a influência deles nas organizações é potencializada, por causa das mudanças políticas, que os transformam em cidadãos ativos e porque surgem maiores possibilidades de acesso à informação, o que permite que eles escolham as organizações com quem se relacionam e questionem atitudes. As novas tecnologias, portanto, fortalecem as pressões advindas das demandas da sociedade disponibilizando um meio para elas chegarem às organizações expondo suas práticas e suas responsabilidades.

No geral, as organizações passam a enfrentar um público mais organizado e ativo e, nesse contexto, Srour (2013, p.176) afirma que elas se inserem em uma sociedade caracterizada “por uma economia do conhecimento e pela primazia dos ativos intangíveis”, ou seja, uma economia em que informação é fundamental para o desenvolvimento dos negócios e que os ativos intangíveis, como marca, imagem e reputação, se tornam fatores de distintividade e visibilidade para o sucesso.

Diante da importância que os ativos intangíveis adquirem nessa nova sociedade, as organizações passam por reflexos em diversos processos e fatores organizacionais. Dentre eles, destaca-se os efeitos relacionados à qualidade de produção, gestão e marketing, apontados por Srour (2012) como revoluções que ocorreram nas organizações ocasionadas pelo desenvolvimento tecnológico e que explicam as mudanças nos processos de gestão como consequência da transformação dos indivíduos na sociedade.

Os reflexos em relação à qualidade de produção acontecem em um cenário em que a satisfação de clientes se torna fundamental para o consumo de produtos de uma organização e, portanto, a qualidade dos produtos passa a ser exigência. Ao mesmo tempo, os impactos gerados pela produção refletem em um movimento de “crítica ao desperdício generalizado, ao consumismo desenfreado e ao uso imprevidente de recursos naturais”, fortalecendo questões de consciência ecológica (SROUR, 2012, p.13).

Outro fator apontado pelo autor são as mudanças de gestão das organizações, pois as relações de trabalho entre empregado e empregador se alteram, intensificando processos participativos, tanto em relação à participação de trabalhadores em decisões, quanto em lucros e resultados. Por último, Srour (2012) destaca que os contextos vivenciados pelas organizações e as exigências enfrentadas evidenciam a necessidade do desenvolvimento de ações para aproximar as organizações de seus públicos, a fim de atender as expectativas deles e oferecer oportunidades de diálogo por meio de canais de atendimento.

Essas mudanças internas nas organizações são acompanhadas por fatores que potencializam as pressões enfrentadas e, ao mesmo tempo, demonstram a necessidade de mudanças no relacionamento com a sociedade. De acordo com Srour (2013), são eles: a mídia, que ao disseminar informações sobre as organizações tem o poder de afetar os ativos intangíveis por influenciar a formação da opinião pública; o fortalecimento dos órgãos de defesa do consumidor e dos cidadãos, que exercem forças contra transgressões cometidas pelas organizações; e os movimentos de boicote realizados por consumidores devido a condutas inadequadas das organizações, afetando-as financeiramente.

Nesse sentido, Grayson e Hodges (2002) apontam que, com o desenvolvimento tecnológico, as organizações passam a ter seus movimentos observados, analisados e comentados, as incoerências nos discursos são mais perceptíveis, as ONGs conseguem fazer com que denúncias cheguem à imprensa e à internet, todas as notícias sobre uma organização se espalham de forma muito rápida por todo o mundo.

Todos esses fatores indicam que as TICs alteraram questões que representam grandes desafios para as organizações, pois permitiram maior acesso à informação sobre a atuação de uma organização, diálogo com seus diversos públicos e maior exposição. Diante disso, rompe-se a perspectiva de dominação que as organizações possuíam diante das relações com a sociedade na Revolução Industrial, pois verifica-se que, a Revolução Digital impôs um sistema de pressões que indica um fortalecimento do poder dos públicos, principalmente dos clientes e dos trabalhadores, para influenciar decisões organizacionais (SROUR, 2012). A tecnologia possibilita, portanto, interferências na relação entre organizações e sociedade, criando um cenário em que os indivíduos

- Transformam-se em cidadãos ativos e resgatam sua capacidade de negociar;
- Criam associações e usam a mídia e as demais entidades da sociedade civil para fazer ecoar e valer suas demandas;

- Recorrem aos serviços públicos de defesa dos consumidores e sensibilizam os parlamentares através de variadas formas de pressão;
- Pesquisam e questionam os preços dos bens e serviços e habilitam-se a influenciar as decisões sobre investimentos. (SROUR, 2012, p.61)

É nesse contexto que se torna fundamental para as organizações o compromisso social, o que intensifica o desenvolvimento de estratégias relacionais e ações de retorno social, principalmente em relação aos impactos que elas podem causar. Por isso, para Srour (2013, p.178), as transformações ocorridas fazem com que necessitem de uma “licença social para operar”, conquistada por meio de atitudes éticas, socialmente responsáveis, consequentemente, transparentes e capazes de construir laços de confiança com os indivíduos.

A nova dinâmica para atuar insere as organizações em um complexo cenário de interdependência entre atores sociais, o que indica que os públicos podem exercer mais influência, principalmente por meio das novas tecnologias, e torna fundamental para elas atenderem e responderem as demandas advindas da sociedade como garantia de sobrevivência. Considerando isso, compreende-se que o acidente ocasionado pela Samarco em Mariana (MG), abordado pelo objeto de estudo desta pesquisa, é um exemplo da necessidade do diálogo e relacionamento para garantir que a organização cumpra seu compromisso social diante de um impacto e que permite discutir sobre a influência do público nas trocas estabelecidas por meio das novas tecnologias.

As cobranças que as organizações passaram a enfrentar e a influência de seus públicos são fatores que fortalecem a importância das relações. Considerando que o processo de transformações da sociedade alterou o perfil dos indivíduos, é importante compreender que elas também precisaram alterar sua forma de negócio, adaptando sua atividade a partir de um novo comportamento para garantir atitudes alinhadas com uma escala de valores cobrada pela sociedade civil.

Grayson e Hodges (2002, p.63) afirmam que é possível verificar que “os valores, os conceitos em que as pessoas acreditam, seu padrão de vida e suas opiniões, com as quais julgam os outros, têm mudado”. De acordo com os autores, esse cenário alterou a confiança dos indivíduos com governos, com o processo político e com as organizações devido aos “escândalos, corrupção e uma aparente falta de responsabilidade que levaram muita gente a questionar a autoridade concedida a organização [...]” (GRAYSON; HODGES, 2002, p.63).

Além disso, a transformação de valores marcada por questões políticas e pelo maior acesso à informação com o desenvolvimento das novas tecnologias, segundo os autores, potencializa o conhecimento dos indivíduos em relação aos seus direitos e como

conquistá-los, principalmente para as minorias. Assim, originam-se, por exemplo, valores em relação ao papel da mulher na sociedade, à discriminação racial, de gênero e verifica-se o crescimento do ativismo em relação aos direitos e à proteção ambiental (GRAYSON; HODGES, 2002). Nesse cenário, para as organizações resgatarem confiança e credibilidade é preciso assumir responsabilidades, por isso:

Há grandes expectativas de que a empresa, como motor principal do crescimento e do desenvolvimento, tenha uma liderança mais participativa para ajudar a abordar um espectro mais amplo de questões. Hoje existe um questionamento maior sobre o papel da iniciativa privada na sociedade. (GRAYSON; HODGES, 2002, p.70)

Essas expectativas estão presentes não apenas na sociedade como um todo, mas também nos públicos com quem as organizações possuem relação direta e cotidiana, “[...] como acionistas, empregados, clientes, parceiros, fornecedores, comunidades, governos e órgãos reguladores e, ambientalistas. Suas expectativas de negócios têm mudado, e sua capacidade de se fazer ouvir vem crescendo”, pois eles são importantes para o sucesso das organizações (GRAYSON; HODGES, 2002, p.74). Diante disso, para assumir responsabilidades e atender expectativas, Ferrari (2011) aponta, a partir da visão de Porto Simões, que é fundamental que a organização assuma sua função política contribuindo para a manutenção da sociedade e, conseqüentemente, transformando a lógica econômica em social.

Isso pressupõe a incorporação de novos valores decorrentes do redirecionamento do foco dos negócios: o lucro importa, mas já não é suficiente. Importa também que, no cumprimento de sua função, as organizações incluam em seus objetivos estratégicos as contribuições que elas podem dar para a sobrevivência do sistema social, contemplando questões como desenvolvimento sustentável, responsabilidade social, direito do consumidor e exercício pleno da cidadania. (FERRARI, 2011, p.141)

Além dessas questões, Grayson e Hodges (2002, p.90) afirmam que é maior a quantidade de questões relativas as responsabilidades empresariais que “está entrando em voga, abrangendo temas como igualdade, diversidade, equidade, transparência, comando e responsabilização”. Para os autores, esses questionamentos são originados de forças globais de mudança, as quais criam um ambiente complexo para a atuação das organizações e para enfrentar esse cenário, por isso Grayson, Hodges (2002) e Srour (2013) afirmam que é fundamental uma postura ética em todas as atitudes organizacionais. Ou seja, é preciso que as

organizações sejam guiadas por princípios e valores capazes de assumir as responsabilidades do poder que elas exercem na sociedade.

Considera-se, no presente estudo, que, para isso, é fundamental as organizações adotarem políticas de responsabilidade social, pois são práticas de compromisso social para atenuar impactos causados, e políticas de transparência, pois a sociedade está inserida em um contexto digital, onde informações percorrem por diversas fontes e as incoerências dos discursos organizacionais são facilmente reconhecidas. Assim, acredita-se que para uma organização ser socialmente responsável, é necessário que todos os seus processos e ações sejam transparentes. Para que esses dois fatores se concretizem, é indispensável a postura ética, pois, de acordo com Veloso (2005, p.3), são princípios éticos que estabelecem “critérios e parâmetros adequados para atividades empresariais socialmente responsáveis”. Esses princípios estão relacionados ao que os indivíduos esperam ou proíbem em todas as práticas e políticas das organizações, portanto, eles envolvem normas, padrões e expectativas de comportamento que atendam “àquilo que os diversos públicos (*stakeholders*) com as quais a empresa se relaciona consideram legítimo, correto, justo ou de acordo com seus direitos morais ou expectativas” (VELOSO, 2005, p.4).

Diante disso, a autora esclarece que os princípios éticos são associados aos valores morais dos indivíduos, ou seja, um “conjunto de valores e de regras de comportamento que as coletividades, sejam elas nações, grupos sociais ou organizações, adotam por julgar corretos e desejáveis” (VELOSO, 2005, p.5). Eles são definidos por crenças e aspectos culturais, o que faz com que possam variar nos diferentes grupos sociais, porém, a autora afirma que na sociedade global e informacional há uma tendência de que as organizações atuem a partir de padrões globais.

Portanto, o processo de globalização expandiu e disseminou valores morais que são reconhecidos pelos diversos grupos na sociedade e estabelecem um código de conduta ética global fazendo com que as organizações, principalmente as que atuam em diversos locais do mundo, sigam regras de comportamento reconhecidas por diversos grupos sociais para atuarem de forma responsável. Exemplo disso são as práticas que se tornaram questionáveis em qualquer organização e estão associadas com a conduta ética, como:

[...] a existência de um caixa 2; a maquiagem dos balanços financeiros; os subornos pagos a agentes públicos; os conluíus em licitações; a sonegação fiscal; a promiscuidade entre Estado e interesses privados; a espionagem industrial ou econômica; a manufatura de produtos falsificados; a pirataria de bens simbólicos; o superfaturamento ou o subfaturamento; a venda de

produtos ou a prestação de serviços sem nota fiscal; o uso de informações privilegiadas; as propinas pagas a fiscais, policiais ou juizes; a especulação nos preços; a formação e cartéis; a exploração do trabalho infantil; a contratação de funcionários sem carteira assinada; a evasão de divisas; o contrabando ou o descaminho; o tráfico de influência nas esferas públicas; os danos ao meio ambiente; o desperdício de recursos naturais; as fraudes contábeis; o assédio moral e o sexual etc. (SROUR, 2013, p.18)

Diante dessas atitudes, considera-se que “[...] as empresas eticamente orientadas são prósperas, protegem o meio ambiente e melhoram a vida de seus públicos de interesse”, além de atenderem a problemas gerais na sociedade. (SROUR, 2013, p.196). Ao compreender a importância da conduta ética e ser capaz de atuar diante essas questões, as organizações são reconhecidas pelos seus públicos e geram confiança, um dos fatores mais importantes para sua atuação e sobrevivência no mercado.

Porém, compreender essa postura, atender as expectativas e criar soluções para os efeitos construtivos e destrutivos que podem ser causados no âmbito coletivo dependem do reconhecimento da gestão organizacional dos valores considerados éticos no ambiente que atuam e se relacionam. Eles vão representar a responsabilidade com a sociedade e precisam estar presentes no comportamento cotidiano das organizações para atender a sociedade a partir de interesses coletivos.

Nesse contexto, identifica-se que as organizações passam a utilizar termos como responsabilidade social para demonstrar à sociedade todas as práticas que buscam atender os impactos causados. Slob (2009) aponta que os cuidados em relação à responsabilidade social empresarial são, de certa forma, um processo recente, mas que, dificilmente, as organizações atuais deixam de expor códigos de conduta e políticas voltadas para o retorno social. Isso quer dizer que, normalmente, as organizações expõem em seu discurso princípios e valores e precisam fazer com que eles sejam compreendidos na prática.

De acordo com Srour (2012, p.58), a responsabilidade social remete “à intervenção virtuosa das empresas na melhoria da qualidade de vida de seus públicos de interesse”, ou seja, ela:

Implica parceria efetiva com clientes e fornecedores, gerando produtos de qualidade e assegurando durabilidade, confiabilidade e preços competitivos;
Supõe contribuições para o desenvolvimento da comunidade, via projetos que aumentem o bem-estar;
Provoca investimentos em pesquisa tecnológica para inovar processos e produtos para melhor satisfazer clientes ou usuários;
Exige respeito ao meio ambiente e neutralização da pegada ecológica através de intervenções não predatórias (consciência da vulnerabilidade das

condições de habitabilidade do planeta) e por meio de medidas que certifiquem a origem dos insumos, utilizem energias renováveis e evitem externalidades negativas;

Requer capacitação profissional dos trabalhadores e participação deles em decisões técnicas, assim como requer inversões em segurança do trabalho, em melhores condições de trabalho e em benefícios sociais;

Prescreve a não discriminação e o tratamento equânime dos trabalhadores, além de procurar beneficiar os demais públicos de interesse. (SROUR, 2012, p.58)

Para garantia desses retornos, existem princípios e valores básicos que orientam uma gestão socialmente responsável, os quais são elencados pela norma ABNT ISO 26000 e pelos Indicadores de Responsabilidade Social do Instituto Ethos. Os dois documentos se complementam e são referências para serem utilizados “a fim de potencializar a organização como promotora de uma nova economia, inclusiva, verde e responsável” (SMITH, 2013, on-line). De acordo com a autora, a norma ABNT ISO 26000 apresenta sete princípios que devem se manifestar nas práticas organizacionais, são eles:

- *Accountability*, refere-se à prestação de contas e responsabilização pelos impactos econômicos, ambientais e sociais;
- Transparência, o ato de comunicar e disponibilizar informações sobre os impactos de forma clara, precisa, completa e acessível;
- Comportamento ético, indica que a organização deve se comportar a partir de valores de honestidade, equidade e integridade para se comprometer com os impactos causados e prevenir e solucionar conflitos;
- Respeito aos interesses das partes interessadas, refere-se ao respeito, consideração e respostas que as organizações precisam dar às demandas de todos os interessados por suas atividades;
- Respeito pelo estado de direito, considerar em seus atos os direitos dos indivíduos e as leis e regulamentações regidas na sociedade;
- Respeito às normas internacionais de comportamento, respeitar normas internacionais; e,
- Respeito pelos direitos humanos, as organizações devem respeitar, reconhecer e se orientar pela Carta Internacional dos Direitos Humanos, “que inclui a Declaração Universal dos Direitos Humanos, o Pacto Internacional dos Direitos Cívicos e Políticos e o Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais” (SMITH, 2013, on-line).

É importante que as organizações saibam transmitir esses princípios tanto para seu público interno, o qual deve ter conhecimento e ser capacitado para atuar em consonância com eles, garantindo seu cumprimento e monitoramento, quanto para o público externo, pois os valores devem ser “comunicados largamente para a sociedade, considerando todas as partes interessadas, de forma a fortalecer o compromisso público da organização” (SMITH, 2013, on-line). Para isso, elas passaram a desenvolver ações como, a apresentação da tripla prestação de contas (*Triple Bottom Line*), estabelecimento do princípio de igualdade de condições (*Level Playing Field*) no mercado, desenvolvimento de relatórios de sustentabilidade e de impacto social, realização de investimentos socialmente responsável e cidadania empresarial, entre outros aspectos (SLOB, 2009).

Destaca-se que, para todos os fatores que orientam uma gestão socialmente responsável, é indispensável que as organizações sejam transparentes. A transparência explícita todas as questões financeiras, demonstra os recursos utilizados na atividade empresarial e a procedência deles, possibilita o debate e a participação com a organização, explica e esclarece os diversos processos e informações de interesse dos públicos. Dessa forma, uma organização que tem como base de seu comportamento a transparência reafirma sua conduta ética.

A discussão sobre transparência nas organizações surge impulsionada pelas exigências que passaram a ser feitas em relação aos requisitos legais do negócio, devido aos escândalos de corrupção, suborno e sonegação, e de compromissos sociais relacionados a questões como “a preservação ambiental, a qualidade do produto ou serviço, salários justos, equidade de gênero e raça no trabalho, entre outros” (GOMES, 2009, p.2). Portanto, ela surge a partir da necessidade de atitudes organizacionais socialmente responsáveis e, conseqüentemente, como garantia da conduta ética.

Diante disso, a transparência se torna inevitável na era digital, pois as mudanças culturais nos indivíduos em relação à comunicação e acesso à informação, mediada pelas tecnologias, dificulta ocultar do público informações sobre as organizações e seus processos (BENNIS et al., 2008). As plataformas de compartilhamento de conteúdos (relatos, opiniões, ideias) e o desenvolvimento de aparelhos móveis com acesso à internet e ferramentas de registro de imagem, permitem que usuários da rede transmitam informações que expõem muito mais as organizações.

A transparência, portanto, é involuntária e exige um novo código de comportamento (BENNIS et al., 2008). Como característica involuntária, a transparência ocorre, pois os indivíduos que se relacionam com as organizações possuem recursos para

divulgar informações sobre elas, não expostas formalmente ou oficialmente. Diante disso, é exigido um novo comportamento organizacional para estabelecer processos de comunicação que respondam e dialoguem com a sociedade sobre as atitudes, os valores e os impactos da organização. Considerando esses fatores, para Bennis et al. (2008), cada vez menos, as organizações possuem a escolha de ser ou não transparentes e, portanto, cada vez mais, elas optam pela transparência nos negócios e nas relações, verificando resultados positivos, no ambiente interno e externo, com essa atitude.

No ambiente interno, a transparência de informações e de processos diminui os custos, a politicagem, a manipulação no ambiente de trabalho e aumenta a lealdade, confiança e colaboração do trabalhador. Já no ambiente externo, os efeitos da transparência são positivos por possibilitarem a circulação de informações favoráveis à legitimação organizacional e, nesse sentido, as novas tecnologias foram fundamentais por serem capazes de disseminar com grande rapidez conteúdos importantes. Porém, ressalta-se que, ao mesmo tempo que elas conseguem disseminar rapidamente as informações favoráveis, as novas tecnologias fazem o mesmo com informações negativas sobre as organizações, as quais ficam gravadas no ambiente digital e podem ser recuperadas em qualquer momento (BENNIS et al., 2008).

Sendo assim, atitudes transparentes também são importantes para evitar isso ou explicar e responder quando algo negativo acontece. Exemplo disso são os casos de empresas que repercutem negativamente e são facilmente resgatados e lembrados na rede como, as acusadas de trabalhos análogos à escravidão; as descobertas de emissão de gases poluentes tanto em produções como em produtos; e as envolvidas em fraudes fiscais, sonegação de impostos e escândalos de corrupção. Nesses casos, a transparência nas organizações pode evitar o surgimento de informações negativas por ser uma atitude que visa disponibilizar e esclarecer todos os processos organizacionais, desde informar quem são os fornecedores até os investimentos realizados, e, para isso, é importante estar presente no ambiente digital dialogando e estabelecendo um relacionamento com os públicos. A relação e o diálogo com os públicos, portanto, ganha um grande valor para a atuação responsável.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Akatu (2013), é possível afirmar que os públicos das organizações, principalmente os consumidores, estão, realmente, mais atentos ao compromisso social das organizações. Verifica-se, por exemplo, que é crescente o número de consumidores preocupados com questões de responsabilidade social nas empresas e isso é efeito da expansão do acesso à internet, o qual permitiu que os cidadãos tenham mais informações sobre fatos que envolvem as empresas e debatam sobre eles

(AKATU, 2013). Diante disso, fica evidente que a atuação de organizações brasileiras está mais exposta em questões como “as relações com empregados e consumidores, com as comunidades impactadas por suas atividades e com os direitos humanos, a ética e o meio ambiente” (AKATU, 2013, p.52).

Considerando que as pressões em relação aos direitos humanos e trabalhistas, cuidados com o meio ambiente, proteção do consumidor e a luta contra a corrupção se tornam temas constantes, as organizações passam, portanto, a responder essas demandas para garantir a conduta ética e manter diálogo aberto, ou seja, ser transparente com seus públicos de interesse (SLOB, 2009). Nesse sentido, o advento da internet é favorável para que elas se aproximem e se comuniquem com seus públicos, por outro lado, ele está trazendo desafios para a gestão desse relacionamento, não apenas pela exposição, mas também pelas oportunidades de interação, participação e compartilhamento de conteúdos que podem confrontar o discurso organizacional.

No geral, verifica-se que conduta ética, responsabilidade social e transparência são conceitos interdependentes e que, ao serem praticados pelas organizações, colaboram para atuar de forma comprometida e sustentável, atendendo as pressões e exigências da sociedade diante de impactos causados. Esse é um dos principais reflexos da sociedade da informação para as organizações, pois as transformações nas diversas esferas e o advento das novas tecnologias de informação e comunicação potencializaram a criação de ferramentas que permitem aos indivíduos questionarem as organizações e seu papel.

Garantir compromisso social se tornou inevitável para o desenvolvimento dos negócios, e, de acordo com Srour (2013), é evidente que as organizações não podem mais atuar como sempre atuaram, pois:

- A própria sobrevivência do sistema capitalista vê-se questionada na sua essência pelas tecnologias digitais, e os desdobramentos desse grave questionamento ainda aguardam fatos e estudos.
- Em função da cobertura global e em tempo real da mídia, a visibilidade das empresas tornou-se inevitável, com ou sem crises, e sua vulnerabilidade cresceu substancialmente.
- Mil olhos vigiam os passos das empresas graças às novas tecnologias e estão prontas a flagrar quaisquer práticas inescrupulosas.
- As decisões empresariais produzem efeitos sobre os públicos de interesse que detêm capacidade de retaliar, pondo em risco o capital de reputação das empresas – esse ativo tão laboriosamente construído.
- A existência de mercados competitivos requer suporte crescente dos públicos de interesse, porque uma boa reputação reduz resistências, angaria apoios e incrementa ganhos. (SROUR, 2013, p.178)

Com esse cenário, as organizações necessitam atuar além de seus interesses econômicos, justamente para garanti-los, para isso, segundo Srour (2013), torna-se fundamental gerar confiança nos indivíduos, fator relacionado ao conceito de reputação; garantir credibilidade como segurança em situações de crise, ou seja, de impactos graves na sociedade; e atender e atuar diante dos impactos para obter vantagem competitiva. Portanto, elas passam a agir de forma socialmente responsável por sofrerem pressões cidadãs que afetam e atrapalham sua lógica de funcionamento e, por isso, compreender as “implicações éticas das decisões a serem tomadas e das ações a serem praticadas corresponde a uma prudente sintonia com as mais recentes demandas do mercado e com a nova configuração das relações sociais” (SROUR, 2013, p.178).

As transformações ocorridas na sociedade e o desenvolvimento tecnológico potencializando as pressões que as organizações enfrentam geram novos desafios, os quais serão discutidos nesta pesquisa a partir do caso da Samarco. Para isso, é importante compreender como as oportunidades dadas pelas tecnologias de informação e comunicação, principalmente em relação ao diálogo e participação, se inserem nesse contexto. Com esse objetivo, será debatido a seguir o uso social das tecnologias digitais.

2.3 A influência dos indivíduos nas organizações da sociedade conectada

As transformações socioeconômicas enfrentadas pela sociedade com o *boom* tecnológico e, principalmente, devido ao desenvolvimento dos computadores e da internet, alteraram “as formas de organização, identidade, conversação e mobilização social” (RECUERO, 2010, p.16). As consequências dessas transformações para as organizações refletem em exposições, aproximações com os públicos, desafios de relacionamento e para garantir atitudes que colaborem para o desenvolvimento sustentável da sociedade. Isso porque, as novas tecnologias possibilitaram o advento do ambiente digital para intercâmbios de informação e relacionamento, permitindo que os indivíduos possam interagir independente da distância, consumir produtos e serviços do mundo todo, participar de grupos específicos dos seus interesses, se engajar em assuntos de cunho político, social, cultural, econômico.

Para isso, a própria internet passou por uma evolução. Inicialmente, na década de 90, quando o uso de computadores se torna mais comum na sociedade, foi desenvolvida a *World Wide Web* (WWW), que possibilitaria a criação de páginas e sites (MARTINO, 2015) e seriam as primeiras oportunidades para o acesso a determinadas informações e compartilhamento de ideias. Essa fase é a chamada Web 1.0, a qual possuía, de acordo com

Martino (2015, p.13), um “caráter fixo”, pois “operava ao redor sobretudo de “páginas” com elementos relativamente estáveis, como *blogs*, navegadores, transposição de conteúdos off-line para o digital”.

Segundo Recuero (2010, p.16), a expansão da internet ampliou “a capacidade de conexão, permitindo que redes fossem criadas e expressas” nesse ambiente. Assim, o desenvolvimento levou ao surgimento, nos anos 2000, das redes sociais, as quais possuem “um alto grau de interatividade, colaboração e produção/uso/consumo de conteúdos” pelos usuários e que dão origem à Web 2.0, “uma plataforma dinâmica, em constante transformação gerada pelas interações entre usuários” diferentemente do perfil fixo da Web 1.0 (MARTINO, 2015 p.13).

As redes sociais, conceito que existe antes do advento das novas tecnologias de informação e comunicação, referem-se a agrupamentos sociais constituídos pelas relações entre os indivíduos, mas que, por meio da internet, conecta os laços sociais e os indivíduos no mundo virtual (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015). Segundo os autores, as redes sociais on-line são diferentes das redes sociais off-line, pois no mundo virtual as interações entre os indivíduos são marcadas por rastros que podem ser recuperados e buscados a partir das publicações realizadas. Além disso, acredita-se que o fato delas não caracterizarem uma relação direta, e sim mediada pela tecnologia, as relações são mais duradouras, portanto, de acordo com Recuero, Bastos e Zago (2015, p.23), “constituem-se em redes mais estáveis e, com isso, mais complexas, maiores, compreendendo uma pluralidade de relações”.

Nesse novo cenário, “as redes sociais na internet representam um novo e complexo universo de fenômenos, comunicativos, sociais e discursivos” (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015, p.25), pois a formação delas no ambiente on-line trouxe “novos elementos e novas dinâmicas” para as relações sociais. Para intermediar essas relações, surgem os sites de redes sociais, plataformas de comunicação que possibilitam a criação de um perfil de identificação aos usuários para que ele possa compartilhar conteúdos que são geridos por um sistema de fornecimento de dados capaz de cruzar as conexões para que outros usuários possam interagir e produzir os mesmos ou outros conteúdos (ELLISON; BOYD, 2013).

Por meio dessas plataformas de comunicação e compartilhamento, os indivíduos estão assumindo comportamentos que transformam os polos de produção de conteúdo devido a propagação da informação por diversas fontes. Isso acontece pelo fato do conteúdo publicado ou seguido por um indivíduo ser visto por outros usuários, os quais também podem interagir curtindo, compartilhando, opinando ou publicando e, assim, propagando uma

informação, que pode atingir milhares de indivíduos conectados aos sites de rede social (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015). Ou seja, uma informação qualquer pode ganhar uma visibilidade de grandes proporções por meio de interações e compartilhamentos a partir dos interesses dos usuários, o que transforma, de acordo com Recuero, Bastos e Zago (2015), as redes sociais on-line em mídias sociais, um novo polo emissor de informações.

Para os indivíduos ou para as organizações, atores-chave deste estudo, a expansão da internet com o uso das mídias sociais trouxe novas oportunidades e alterou ambos. Como afirma Lévy (2000, p.25), “uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas”, condicionada, pois a tecnologia foi capaz de abrir possibilidades “que algumas opções culturais ou sociais não poderiam ser pensadas” sem ela. Assim, o mundo virtual criou uma nova cultura de interação, de consumo e de participação, possibilitando o acesso aos mais diversos tipos de conteúdo, a partir de diversas fontes e com possibilidades de compartilhamento; a discussão e participação em assuntos públicos e privados, seja para se informar, exercer o direito de cidadania, lutar por uma causa, se relacionar com uma organização; e aumentando a exposição de opiniões, hábitos e comportamentos tanto na vida pessoal, quanto organizacional.

Refletindo sobre as implicações das tecnologias de informação e comunicação, Lévy (2000) acredita que são as mudanças culturais, as quais surgiram a partir do uso do novo meio de comunicação, que estão influenciando aspectos sociais e, conseqüentemente, políticos e econômicos. Nesse sentido, o ciberespaço, considerado “a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”, deu origem à cibercultura, “técnicas (materiais ou intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolveram” (LÉVY, 2000, p.17) nesse ambiente. Para Martino (2015), a cibercultura resgata relações, ideias e práticas que acontecem no ambiente off-line e transforma suas características por meio do computador.

Esse ambiente estabelece uma nova lógica para as relações, pois os indivíduos conseguem se conectar, interagir, trocar de informações e saberes (MARTINO, 2015), criando condições para que ocorram transformações nos processos sociais, alteração no comportamento dos indivíduos e oportunidades de participação e disseminação de conhecimentos. Diante disso, passam a ser discutidos e observados elementos proporcionados por esse espaço e que explicam a atual conjuntura das práticas mediadas pelo mundo conectado e o que ele pode oferecer para as relações na sociedade, são eles: a inteligência coletiva, a convergência midiática e a cultura participativa.

Lévy (2000, p.29) considera a inteligência coletiva “um dos principais motores da cibercultura” e afirma que o ciberespaço é um ambiente propício para ela por ser uma inteligência compartilhada, a qual estabelece “uma sinergia entre competências, recursos e projetos, a constituição e manutenção dinâmicas de memórias em comum, a ativação de modos de cooperação flexíveis e transversais, a distribuição coordenada dos centros de decisão”. Sendo assim, a inteligência coletiva pode ser considerada um resultado da colaboração e cooperação entre indivíduos devido às oportunidades que o ciberespaço fornece para a troca de ideias, informações, conteúdos específicos para atender interesses individuais e coletivos. A partir disso, acredita-se ser possível encontrar soluções para diversas problemáticas, engajar pessoas em determinadas causas, discutir sobre assuntos diversos, debater interesses coletivos.

A inteligência coletiva, portanto, torna-se uma chave para o compartilhamento e apropriação de conhecimento, pois todos “podem, potencialmente, contribuir com algum elemento para a constituição de um conjunto de saberes que, sem pertencerem especificamente a ninguém, estão à disposição de todos para serem usados e transformados” (MARTINO, 2015, p.31). Portanto, possibilitar a formação e desenvolvimento desse processo é garantir um espaço democrático em que os indivíduos possam alimentar informações e conhecimento a partir de diversas visões e, principalmente, da participação. Diante disso, para sua concretização é fundamental o ambiente participativo que as mídias sociais podem fornecer para a sociedade.

A partir do momento em que as novas tecnologias de informação e comunicação se desenvolveram e, considerando a evolução delas com o surgimento das mídias sociais, o ambiente on-line de trocas e compartilhamentos de conteúdo passa a admitir oportunidades de participação. Essas oportunidades induzem a uma cultura participativa presente no cotidiano de cada usuário, seja compartilhando ideias e conteúdos nas redes, nos momentos de decisões sobre consumo ou nos debates e mobilizações para garantia de direitos.

A cultura participativa ocorre, segundo Jenkins (2009), em um cenário de convergência dos meios de comunicação, em que o fluxo de conteúdos não está mais concentrado nas mídias de massa, pois as novas mídias possibilitam um novo processo para ele, em que a cooperação dos usuários se torna ativa para a construção de informação. Com dois meios para o desenvolvimento do fluxo de conteúdo surge a convergência, uma intersecção entre as duas mídias partindo do princípio de que elas “tendem a ser agregadas e ressignificadas na experiência dos indivíduos, gerando novas articulações na maneira como esses fenômenos são vivenciados” (MARTINO, 2015, p.36), o que representa a

transformação cultural caracterizada tanto na busca de conteúdos, quanto por seu consumo e produção.

Nesse sentido, compreende-se que a convergência marca um novo perfil dos usuários das mídias digitais como influenciadores da lógica para a produção de informação (JENKINS, 2009). As possibilidades de compartilhamento e interação criadas pelo ambiente digital transformaram, segundo Martino (2015), os indivíduos em influenciadores por serem, além de receptores, emissores que podem compartilhar seus conteúdos por uma rede de conexões. Com isso, as tecnologias digitais permitem a elaboração de informações que podem gerar, incentivar e estimular debates, mobilizações e até pautar as decisões em organizações. Para Martino (2015, p.35), esse é um processo cultural por possibilitar que a partir da interação dos indivíduos “ao compartilharem mensagens, ideias, e valores” surjam contribuições que geram novos olhares e interpretações, permitindo a construção de novos significados.

A partir dessa perspectiva, verifica-se que a expansão das oportunidades de interação fornecidas pelas mídias sociais oferece ao público mais poder seja para disseminar conteúdos e, até mesmo, exigir o direito de participar, como aponta Jenkins (2009). Isso fortalece a cultura participativa mediada pelos meios de comunicação e informação, em que os indivíduos, aos poucos, deixam de ser receptores passivos e a internet vai se tornando um instrumento para ações coletivas e mobilizações sociais, culturais e políticas.

O fortalecimento da cultura participativa por meio da tecnologia digital pode colaborar para a concretização do processo de inteligência coletiva, devido às possibilidades para apropriação de conhecimento, oportunidades de um ambiente democrático e, até mesmo, exercício da cidadania dentro e fora do mundo virtual, como sugere Jenkins (2009). Ao reconhecer que os novos meios oferecem oportunidades de participação aos indivíduos, cabe questionar e refletir sobre o que é participar e como o ambiente digital possibilita essa ação. Segundo Luvizotto e Seridório (2016, p.208), a ideia de participação está presente na sociedade antes do desenvolvimento da internet e refere-se a

[...] uma ação social coletiva que possui em sua gênese uma série de características, dentre as quais podemos destacar suas estratégias de ação, sua organização, a historicidade, os laços e identidades compartilhadas. Essas características, somadas a um projeto de sociedade, é que levam os atores sociais a se aproximarem dessas ações coletivas e atuarem ativamente ou ocasionalmente junto aos movimentos sociais, aos espaços de deliberação política e aos mais diversos contextos onde se faz necessária uma ação democrática e cidadã.

Participar pressupõe, portanto, que os indivíduos estejam e sejam envolvidos em ações para fazer parte de decisões e construções coletivas em que possam se expressar, interagir e realizar trocas de modo a atender interesses da sociedade ou de um grupo específico. Para isso, Demo (1999, p.20) afirma que a participação é um processo de conquista, o qual “supõe compromisso, envolvimento, presença em ações por vezes arriscadas e até temerárias” e que necessita do envolvimento permanente dos indivíduos para considerar suas contribuições e potencialidade, garantindo que os interesses coletivos sejam prioridades. Esse processo nunca será suficiente ou acabado, pois “participação que se imagina completa, nisto mesmo começa a regredir” (DEMO, 1999, p.18), portanto, é uma conquista permanente, constante e que se associa a um direito.

A conquista da participação e de espaços participativos são considerados processos lentos, porém as possibilidades são encontradas na maioria dos contextos, nem que seja de forma mínima (DEMO, 1999). Diante disso, existem importantes fatores que colaboram para que os indivíduos consigam conquistar esse direito e espaços, ao mesmo tempo que existem barreiras para que eles reconheçam e tornem a participação um hábito e um direito. Demo (1999) utiliza como exemplo a educação básica, pois o processo de aprendizagem dos indivíduos é fundamental para que eles reconheçam seus direitos e consigam conquistar espaços de participação nos diversos contextos sociais. Porém, para o autor, a educação, ao mesmo tempo que colabora, se torna uma barreira, pois muitas vezes os cidadãos são privados dela por um Estado que impede o desenvolvimento de seu sistema básico por interesses de poder e dominação.

Um outro fator importante para a conquista da participação são os meios de comunicação, tanto os de massa quanto os proporcionados pelas tecnologias de informação e comunicação. Para Diaz Bordenave (2009), os meios de comunicação aos quais os indivíduos têm acesso estão diretamente relacionados com a qualidade da participação e o alcance da democracia. Diante disso, os meios de comunicação de massa (televisão, rádio, imprensa) são capazes de fornecer aos cidadãos informações fundamentais para o exercício da cidadania. Por outro lado, verifica-se que o advento da internet ofereceu possibilidades técnicas para ampliar o debate e criar novos ambientes de discussões (LUVIZOTTO; SERIDÓRIO, 2016).

Considerando essas possibilidades, Diaz Bordenave (2009) afirma que os meios massivos, apesar de possuírem responsabilidades, não desenvolvem condições para a sociedade mais participativa e mais solidária, por isso a comunicação alternativa se fortalece. A comunicação alternativa, citada pelo autor, “refere-se à substituição dos meios comerciais e estatais de massa por meios de *comunicação horizontal* que permitem o acesso, a participação

e até mesmo a autogestão dos meios pela população organizada” (DIAZ BORDENAVE, 2009, p.89). Por possibilitar a participação, a comunicação alternativa é chamada de comunicação participativa ou participatória:

Na Comunicação Participatória todos os interlocutores exercem livremente seu direito à auto-expressão, como uma função social permanente e inalienável; geral e intercambiam seus próprios temas e mensagens; solidariamente criam conhecimento e saber, e compartilham sentimentos; organizam-se e adquirem poder coletivo; resolvem seus problemas comuns e contribuem para a transformação da estrutura social de modo que ela se torne livre, justa e participativa. (DIAZ BORDENAVE, 2009, p.91)

Portanto, a comunicação participatória pressupõe que os indivíduos possam construir e trocar informações para interesses ou propósitos coletivos. Por esse motivo, ela é “uma maneira – dialógica e multilateral – de fazer a comunicação dentro de qualquer processo grupal ou coletivo mais amplo, que pode ser educacional, social, político ou técnico” (DIAZ BORDENAVE, 2009, p.91). A partir dessa ideia, é possível refletir sobre a oportunidade que as mídias sociais oferecem como potencializadoras de processos participativos, considerando esse meio como alternativo. Isso ocorre por ser possível de construir conteúdo, informações e debates sem um controle, diferente dos meios de comunicação de massa que são controlados pelas empresas midiáticas, as quais disseminam as pautas de seus interesses. As mídias sociais possibilitam, mesmo que de forma mínima e dependendo do acesso e educação para seu uso, que os indivíduos tenham liberdade para se expressarem e se mobilizarem, tornando o controle do processo de conquista da participação mais difícil.

Com isso, compreende-se que as possibilidades técnicas das mídias sociais fornecem elementos para que elas se tornem um canal para o desenvolvimento de ações participativas nas diversas questões sociais, verificando que:

Muitas ações de caráter político-social se fortaleceram e se potencializaram à medida que a internet deu suporte a elas, utilizando sua arquitetura em rede para disseminar informação e promover a discussão coletiva. A partir dessa ferramenta, foi possível propor e organizar ações e ampliar os canais de participação. Pereira (2011, p.16) explica que o potencial da internet concentra-se em “atingir indivíduos que, a princípio sem vinculações políticas às instituições clássicas de organização da sociedade civil, estejam dispostos, desde que sejam ‘devidamente’ convencidos a participar de ações específicas de protesto, cibernéticas ou não, que tenham alguma identidade com seus interesses e percepções do mundo”. Devemos destacar aqui que esse engajamento ou veiculação baseia-se fundamentalmente na liberdade do militante “não formal de se envolver quando quiser e onde quiser, sem os

altos custos da participação formal”. O autor salienta, ainda, que as ciberações poderão ou não se desdobrar em uma participação fora da internet, “mas não se trata de um pressuposto exigido pelos movimentos, sendo que a não participação não acarreta alguma forma de sanção. (LUVIZOTTO; SERIDÓRIO, 2016, p.208)

O potencial de ação, mobilização e participação proporcionado pela internet ocorre, principalmente, pelas tecnologias de informação e comunicação marcarem uma nova dinâmica de sociabilidade, pois os indivíduos da sociedade conectada possuem um perfil mais participativo e acredita-se que podem se tornar empoderados por estabelecerem mais diálogos e disseminar informações para se conscientizarem e mobilizarem em busca de mudanças nas esferas políticas, econômica, sociais e culturais.

Isso não acontece apenas pelas interações possibilitadas, mas também pelo surgimento de ferramentas tecnológicas que permitiram o compartilhamento informal e instantâneo de conteúdos (JENKINS; FORD; GREEN, 2014), ou seja, por qualquer usuário, a qualquer momento, de qualquer lugar e que são capazes de registrar, por vídeos, transmissão ao vivo e fotos, as situações enfrentadas diariamente. Esses hábitos fazem evoluir o que antes era considerado participação sob o olhar da recepção e produção nas mídias em “uma variedade de grupos que funcionam na produção e distribuição de mídia para atender a seus interesses coletivos” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p.24).

Um reflexo desse cenário é a oportunidade de um ambiente mais democrático devido ao acesso às informações, à liberdade de expressão e às condições de diálogo, que podem permitir desde a apropriação de conhecimento até a garantia do exercício da cidadania. Com a interação proporcionada, os indivíduos podem se unir para “apoiar uma causa, discutir temas individuais ou de relevância coletiva, levar a opinião pública à reflexão e disseminar informações políticas e sociais” (VALENTE; MATTAR, 2007 apud LUVIZOTTO; SERIDÓRIO, 2016, p.210)

Como resultado das oportunidades participativas geradas pelo ambiente digital, Luvizotto e Seridório (2016) afirmam que as novas gerações já utilizam a internet como um meio de exercer seus direitos e lutar por interesses e valores específicos, estimulando a reflexão e disseminando informações de interesse público pelo compartilhamento de conteúdo e possibilidades de debate. Assim, verifica-se que

Com a internet, as formas de comunicação e consumo de informação se modificaram, deixando de ser unilaterais- marca dos meios de comunicação de massa – e passando a ser mais participativas e democráticas. Mesmo que

de maneira limitada, considerando os problemas de acesso à rede, acessibilidade, usabilidade e conhecimento do usuário, a internet possibilita participação e interação entre os indivíduos, sendo uma forma de comunicação rápida, prática, e sem barreiras geográficas. Esse ambiente on-line modificou a maneira como sujeitos e grupos sociais manifestam suas demandas políticas e sociais. (LUVIZOTTO; SERIDÓRIO, 2016, p.216)

Apesar de barreiras apontadas relativas à inclusão dos indivíduos para o uso da internet, as transformações causadas por esse meio estão cada vez mais evidentes e presentes tanto nos hábitos individuais quanto no crescimento de ações coletivas que se originam na internet. Por isso, acredita-se que as possibilidades participativas são marcadas nesse ambiente por permitir aos indivíduos liberdade para dialogar, debater, se mobilizar, o que favorece a conquista da participação e potencializa um espaço para isso. Além disso, as possibilidades democráticas são reconhecidas devido ao maior acesso à informação, pelos múltiplos olhares e vozes que dialogam, pelas oportunidades de debates que colaboram para o exercício da cidadania. O ambiente digital permite distribuir o poder de informação entre os indivíduos, isso aumenta as condições de propagação de questões importantes para o âmbito coletivo, para toda a sociedade.

Ao reconhecer que as organizações públicas e privadas enfrentam pressões cidadãs advindas de toda a sociedade devido aos impactos que geram (SROUR, 2013), destaca-se, novamente, a força que o ambiente digital possui para conquistar a participação. É a partir de reflexos do ambiente digital participativo e mais democrático que surgem novos desafios para as organizações públicas e privadas, as quais passaram a enfrentar desde manifestações por cobranças de direitos, igualdade e atitudes socialmente responsáveis. A cultura da conexão faz com que os públicos de uma organização coloquem-se ativamente nos fluxos de informações nas mídias, criando a necessidade dela utilizar canais para ouvir e responder os interesses deles (JENKINS, FORD, GREEN, 2014).

A partir do momento que os indivíduos conseguem acessar informações da organização, seja por meio dos sites institucionais ou de relatos publicados na rede, surgem as necessidades de diálogo e de presença no ambiente on-line para transmitir informações oficiais e responder questionamentos. Jenkins, Ford e Green (2014, p.51) reforçam que, como o conteúdo das mídias sociais são altamente propagáveis, as organizações estão enfrentando “uma pressão crescente para usar sua presença on-line não somente para comunicar suas próprias mensagens, mas também para responder às exigências”, o que aumentou a necessidade de relacionamento e de construir um ambiente que permita interação constante com a sociedade.

Considerando como efeito do desenvolvimento tecnológico a maior influência dos indivíduos na atividade organizacional, diálogo e interação entre organizações e sociedade se tornam fundamentais para estabelecer a troca de informações sobre o comprometimento diante dos impactos sociais, econômicos, ambientais e políticos. Portanto, na conjuntura atual em que os públicos podem se posicionar diante de atitudes das organizações, a comunicação organizacional se torna fundamental para mediar a relação com a sociedade. Para isso, é preciso compreender seu papel no cenário midiático, conforme será apresentado no próximo capítulo.

3 O PAPEL DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NA RELAÇÃO ENTRE ORGANIZAÇÕES E SOCIEDADE

No cenário da sociedade conectada e com oportunidades cada vez mais participativas, as organizações foram envolvidas pela dinâmica midiática e passaram a utilizar as mídias sociais para desenvolverem uma relação mais próxima com seus públicos. Para isso, a comunicação organizacional precisou se adaptar para realizar ações comunicativas de forma a atender interesses da organização e às demandas da sociedade, pois o ambiente digital aumenta a exposição, fortalece a opinião dos indivíduos e cria condições para que as informações e questionamentos que circulam na rede influenciem no resultado de legitimação organizacional.

É diante dessa nova lógica que a comunicação adquire uma perspectiva relacional, pois se estabelece em um cenário de constantes interações com e entre os indivíduos, os quais interpretam e reinterpretem significados e compartilham suas ideias a partir das mensagens que recebem sobre as organizações. Nesse processo, forma-se um canal dialógico entre os indivíduos e organizações, o qual permite que eles concordem ou discordem das atitudes e valores organizacionais, exponham suas opiniões e cobrem comportamentos, atingindo a forma como elas atuam e se comunicam.

Considerando esse contexto, pretende-se, neste capítulo, refletir sobre o papel da comunicação organizacional, diante do advento das mídias sociais, para as organizações estabelecerem relações com a sociedade e de que forma essas plataformas interativas se tornam um meio para estabelecer o relacionamento. Diante desse objetivo, optou-se por apresentar conceitos que demonstrem o papel da comunicação para as organizações, o desenvolvimento conceitual da comunicação ao longo das mudanças enfrentadas pelas organizações, a importância do paradigma relacional da comunicação e o potencial e importância das mídias sociais para estabelecer relação com a sociedade conectada.

3.1 Comunicação Organizacional sob a perspectiva relacional

O desenvolvimento de tecnologias de comunicação e o contexto socioeconômico mundial inseriram as organizações em um complexo cenário, devido às constantes transformações e interferências políticas, sociais, culturais e econômicas, tornando-as, como aponta Lima (2008, p.115), cada vez mais “fluidas, porosas, virtuais e flexíveis”. O principal fator desse cenário é a relação interdependente das organizações com a sociedade, sendo

transformada pelas mudanças e também transformando realidades sociais e, portanto, tornando-se integrantes do tecido social (LIMA; OLIVEIRA, 2014).

Nessa relação, é evidente que as ações organizacionais “interferem diretamente na constituição cultural da sociedade, da esfera pública e de questões de ordem coletiva”(LIMA; OLIVEIRA, 2014, p.91). Por esse motivo, o relacionamento com a sociedade é um importante fator para medir impactos das ações e, para isso, a comunicação organizacional adquire um importante papel. Defende-se, nesta pesquisa, que a comunicação organizacional, principalmente com o advento das tecnologias de informação e comunicação, foi inserida em um cenário com maiores possibilidades dialógicas, o que, além de criar uma nova perspectiva para a relação entre organizações e sociedade, condiciona uma nova dinâmica de interação.

O principal motivo é que as mídias, sendo a principal esfera de mediação social no contexto atual, envolvem as organizações em uma lógica midiática, como apontam Lima e Oliveira (2014). Essa lógica amplia as possibilidades de interação e diálogo que “conformam novos discursos, novos modos de relacionamento social e novas formas de representação das empresas no espaço midiático” (LIMA; OLIVEIRA, 2014, p.92).

Um exemplo das transformações mediadas pelas TICs e que inserem as organizações em uma nova perspectiva são os enfrentamentos de pressões e conflitos devido os impactos que causam. Isso exigiu “uma nova postura que as leve a assumir o seu papel de atores sociais, o que é cada vez mais importante para a boa condução das questões públicas e para transformar o modo como os indivíduos deliberam na sociedade moderna” (FERRARI, 2011, p.141).

Como efeito dessa postura, as organizações precisaram desenvolver maior diálogo com os indivíduos para responder às diversas demandas que surgiam. De acordo com Oliveira e Paula (2010, p.35), a necessidade e importância do diálogo parte do princípio de que as organizações são atores sociais “com valores, princípios e objetivos definidos que, ao mesmo tempo em que estão presentes na esfera pública, precisam do seu reconhecimento”. Diante dessa conjuntura, os processos de comunicação nas organizações são valorizados, pois, com as tecnologias possibilitando maior acesso à informação, aproximando os seus públicos e estimulando a interação, a exposição aumentou e as relações se tornaram mais complexas. Nesse cenário, “as redes sociais se ampliam, a fluidez das políticas e das ações se instauram, e as relações tornam-se diluídas e difusas” (OLIVEIRA; PAULA, 2010, p.40), transformando esses fatores em aspectos influentes para a gestão organizacional.

Como relacionamento e diálogo passaram a ser vitais para o reconhecimento da organização na sociedade, o processo de comunicação se torna intrínseco e determinante para

sua sobrevivência, assumindo um papel importante (FERRARI, 2008; 2011). A gestão da comunicação nas organizações, portanto, se desenvolve como consequência da importância da informação, da comunicação e pelo valor que os ativos intangíveis adquiriram, os quais representam a forma como as organizações são vistas pela sociedade e, por isso, “nos últimos 30 anos se estabilizaram como um valor estratégico em todo o tipo de organização” (TIMOTEO, 2013, p.3, tradução nossa).

A força da marca, a imagem ou reputação, a inovação, o chamado capital humano ou intelectual, a cultura organizacional, os relacionamentos com os *stakeholders*, a responsabilidade social etc. são, hoje, atributos constituintes do valor de uma organização. Eles correspondem às demandas de uma nova economia fundada no conhecimento e na informação. Na verdade, se levassem em conta inúmeras pesquisas, as empresas deveriam estar investindo (como parece que está ocorrendo para as empresas líderes) mais nos ativos intangíveis do que nos ativos físicos (fábricas, lojas, equipamentos) porque são eles que definem a sua inserção e a sua sobrevivência no mercado (BUENO, 2005, p.16).

Dentre os principais ativos intangíveis de uma organização destaca-se a imagem e a reputação. Os dois aspectos possuem uma interdependência e estão, atualmente, entre as principais fontes de valor, pois, o contexto relacional em que as organizações estão envolvidas fez com que determinadas características delas se tornassem fundamental para a geração de resultados. Ao refletir sobre imagem e reputação é considerado que as percepções que os públicos formam sobre as organizações influenciam nas tomadas de decisões em relação a ela, ou seja, impactam no momento de consumo de um produto ou serviço, no fornecimento de insumos, nas relações de trabalho, nos investimentos.

Para compreender o conceito de imagem, Villafañe (2011) considera importante associá-lo com a identidade da organização, pois imagem é a síntese daquilo que a organização representa de si para seus públicos, ou seja, seu discurso, sua cultura, seus valores e princípios e sua atuação. Nesse sentido, ela é o efeito do que o público entende a partir do “comportamento institucional”, ou seja, as percepções sobre a atuação e comprometimento público, interno, comercial e financeiro de uma organização (KUNSCH, 2003).

De uma forma geral, a imagem refere-se a uma somatória de todas as experiências que o indivíduo tem e já teve com uma organização, as quais influenciam e estimulam as relações de consumo, de trabalho, governamentais e midiáticas, além disso, ela resulta das construções de sentidos a partir do que a organização fala sobre si e das informações que

podem vir de diversas fontes (ALMEIDA, 2009). Assim, para uma imagem positiva é preciso que as organizações demonstrem consistência com sua identidade, demonstrando para seus públicos, a partir de processos comunicativos, seus princípios e valores e alinhando eles com sua atuação real.

As percepções, positivas e negativas, dos públicos são, de acordo com Villafañe (2011), consequências do relacionamento e da comunicação estabelecidos com eles. Elas formam as imagens organizacionais e, somadas, são um dos fatores que influenciam a reputação da organização. Conceitualmente, a reputação, segundo Almeida e Nunes (2007), é formada a partir das ações e comportamentos das organizações ao longo dos anos, e tem como objetivo gerar confiança perante o público estratégico.

De acordo com Fombrun e Van Riel (2004), os indivíduos tomam decisões com base nas experiências e nas percepções que formam das organizações, sendo assim, a reputação é considerada importante para que esses indivíduos reconheçam a credibilidade e comprometimento da organização no momento que buscarem por ela. Para que isso aconteça, é fundamental se diferenciar criando “políticas, ações e percepções consistentes diante de seus *stakeholders*” (ALMEIDA, 2009, p.234).

Considerando que eventos negativos, como escândalos e acidentes, chamam a atenção das pessoas e que elas tomam suas decisões a partir de percepções da realidade de uma organização (FOMBRUN; VAN RIEL, 2004), a reputação forte garante que a organização crie um vínculo com um público construindo boas percepções e aproximando os públicos estratégicos dos objetivos e necessidades de negócio da organização. Portanto, Fombrun e Van Riel (2004) acreditam que é a reputação o fator responsável por diferenciar e dar vantagem competitiva para a organização.

Diante dos conceitos de imagem e reputação, verifica-se que, para as relações entre organizações e seus públicos, atributos como lealdade, fidelidade e confiança se tornaram fundamentais. Esses três fatores são efeitos da qualidade dos intangíveis das organizações e para serem gerados, os processos comunicativos precisam ser desenvolvidos. De acordo com Villafañe (2005), a comunicação é capaz de fortalecer a gestão dos ativos intangíveis, pois reforça, por meio do diálogo, atributos organizacionais. Considerando que tudo que a organização comunica estabelece vínculos e influencia percepções dos diversos públicos, afetando imagem, marca e reputação da organização (VAN RIEL; FOMBRUN, 2007), a comunicação das organizações passa a ser o meio para estabelecer relacionamentos com o objetivo de disseminar princípios que resultem em bons efeitos para os ativos intangíveis.

Para o desenvolvimento de uma boa reputação, por exemplo, Fombrun e Van Riel (2004; 2007) defendem que é preciso ter expressividade corporativa na comunicação, ou seja, é necessário que os discursos e ações de comunicação organizacional apresentem determinadas características para gerarem resultados favoráveis. Para isso, os autores destacam seis dimensões fundamentais:

- Visibilidade: refere-se a presença da organização nas mídias;
- Distintividade: refere-se aos atributos e fatores percebidos pelos públicos que diferenciação a organização de seus concorrentes;
- Autenticidade: refere-se à presença dos princípios organizacionais (missão, visão, crenças, valores) no comportamento da organização e em sua comunicação, a qual será responsável por legitimar esses princípios desenvolvendo um elo emocional com os públicos que demonstra que o que é dito é praticado;
- Transparência: refere-se a forma como a organização conduz seu negócio considerando práticas de ética e esclarecimento de processos;
- Consistência: refere-se à relação existentes entre o que é comunicado pela organização com sua identidade e sua prática, ou seja, é a garantia de que o discurso organizacional está alinhado com as atitudes para resultar na imagem desejada pela organização;
- Responsividade: é a capacidade da organização responder e dialogar com seus públicos para atender demandas e interesses de forma responsável.

As seis dimensões são determinantes para diferenciar e fortalecer a organização por marcarem suas características e refletirem em sua reputação, sendo a expressividade uma forma de reforçar fatores positivos da organização para desenvolver o laço de confiança com os públicos. Essas características devem estar presentes em todos os processos de comunicação para os diversos públicos, ou seja, segundo Fombrun e Van Riel (2004), nas mensagens publicadas em sites e redes sociais, nas publicidades e propagandas, nos *press releases*, nas notícias transmitidas pelas mídias, no discurso e prática diária da organização, nas entrevistas concedidas, no diálogo com o empregado, nas relações governamentais etc. Para eles, uma organização que consegue trabalhar as seis dimensões da expressividade corporativa transmite credibilidade, autenticidade e sinceridade para seus públicos estratégicos.

Diante disso, a comunicação organizacional é a área responsável por analisar o sistema, funcionamento e processos da comunicação entre a organização e seus públicos (KUNSCH, 2003) e refere-se, segundo Van Riel e Fombrun (2007), a todas as ações de

comunicação envolvidas na gestão interna e externa da organização para criar laços favoráveis com seus importantes públicos. Seu principal objetivo é identificar e suprir as necessidades de diálogo e relacionamento das organizações por meio de pesquisas, estratégias, políticas, canais, entre outros meios, para sustentar a identidade organizacional em busca da construção da imagem e reputação (KUNSCH, 2003).

Apesar do diálogo surgir como uma proposta de fortalecer as relações das organizações e viabilizar maior visibilidade, verifica-se que, na prática, há uma grande interferência do caráter instrumental e funcional da comunicação, ou seja, muitas organizações ainda tratam a comunicação como transmissão de informação para receptores passivos, que constroem significados apenas a partir das mensagens transmitidas e compreendem as intenções da organização (OLIVEIRA; PAULA, 2010). Porém, cada vez mais as interações sociais demonstram que essa realidade está se alterando e que a comunicação organizacional precisa de novas estratégias para alcançar os resultados desejados para sua gestão.

Nesse sentido, ainda existem muitos desafios teóricos e práticos para a gestão da comunicação. Timoteo (2013, p.1, tradução nossa) aponta que a teoria e a ciência da gestão da comunicação organizacional têm característica “jovem, complexa, interdisciplinar e sem paradigmas ou modelos de referência” e, portanto, esses fatores, unidos à falta de processos e metodologias próprias, torna a prática repetitiva e rotineira nas organizações. Apesar dessas barreiras, o autor demonstra que, historicamente, houve uma evolução na comunicação organizacional, tanto em relação aos canais para aproximação dos públicos e relacionamento, quanto ao perfil, o qual, inicialmente, era instrumental e se tornou estratégico para as organizações. Portanto, “ao longo da história os estudos da comunicação organizacional foram desenvolvidos sob determinados paradigmas” (KUNSCH, 2014, p.41).

Nas décadas de 1960 até 1980, a comunicação organizacional era estudada a partir da perspectiva funcionalista, a qual considerava a comunicação como uma prática instrumental, que poderia ser medida e padronizada, de acordo com Kunsch (2014). Nessa perspectiva, o foco eram “as estruturas formais e informais de comunicação e as práticas em função dos resultados, deixando de lado as análises dos contextos sociais, políticos, econômicos, tecnológicos e organizacionais” (KUNSCH, 2014, p.42).

Ao longo dos anos de 1980, Timoteo (2013) afirma que as organizações, além de utilizarem a publicidade tradicional, desenvolveram ferramentas de comunicação para gerir interesses do negócio. Assim, foram criados os programas de “relacionamento com a imprensa, pesquisas de mercado, relações governamentais, comunicação interna, programas

de fidelização do consumidor e relacionamento com clientes”, além de alternativas publicitárias como personalização de *mailings*, *merchandising*, promoções em pontos de vendas, patrocínios, publicações institucionais (TIMOTEO, 2013, p.5).

As novas ações de comunicação que resultavam no alcance de objetivos organizacionais eram mais baratas que a publicidade convencional e permitiram gerar o posicionamento da marca, credibilidade com os públicos e consolidação mercadológica, conseqüentemente, se tornaram instrumentos de gestão (TIMOTEO, 2013). Diante disso e, considerando que o cenário da sociedade começa a exigir um posicionamento para as organizações obterem vantagens competitivas, a comunicação se fortalece enquanto uma força estratégica (TORQUATO, 2009).

No contexto em que as organizações se preocupam mais com o posicionamento, os teóricos passam a pensar a comunicação a partir de perspectivas interpretativas e críticas, ou seja, considerando os diversos aspectos que interferiam e influenciavam as organizações e aqueles envolvidos na construção das relações e dos significados (KUNSCH, 2009; 2014). Esse novo olhar partiu do princípio de que:

As organizações em geral, como fontes emissoras de informações para seus mais diversos públicos, não devem ter a ilusão de que todos os seus atos comunicativos causam os efeitos positivos desejados ou que são automaticamente respondidos e aceitos na forma em que foram intencionados. É preciso levar em conta os aspectos relacionais, os contextos, os condicionamentos internos e externos, bem como a complexidade que permeia todo o processo comunicativo. Daí a necessidade de superarmos a visão meramente mecanicista da comunicação, buscando a ter dela uma visão mais crítica. (KUNSCH, 2009, p.70)

Na prática e nos estudos da comunicação organizacional verifica-se que os fenômenos internos e externos que influenciavam as organizações, unidos aos resultados alcançados com a comunicação, a tornaram indispensável para as relações com a sociedade e, com isso, agregou-se valor e peso para os processos comunicativos (TIMOTEO, 2013). Assim, a partir dos anos de 1990, “a comunicação organizacional estava sendo repensada na busca de caminhos para se adaptar aos novos paradigmas preconizados pela sociedade globalizada” (KUNSCH, 2014, p.73).

Diante desse contexto, as práticas de comunicação são reconhecidas como fator fundamental para a performance organizacional e gestão de ativos intangíveis, para isso elas passam a atender objetivos globais do negócio a partir de programas de relações com os públicos de interesse e que demonstrem os princípios organizacionais, como a

responsabilidade social (TIMOTEO, 2013). Dessa forma, a comunicação deixa de ser meramente instrumental e torna-se estratégica para as organizações.

A comunicação estratégica se desenvolve em uma sociedade em constante mudança, por isso verifica-se que as organizações sofrem interferências de diversas esferas. É possível considerar que, devido aos processos de reestruturação da sociedade, elas perdem parte de seu poder, principalmente pelo fortalecimento de entidades não-governamentais, que passam a confrontar os impactos organizacionais, e pelas novas formas de interação e consumo dos indivíduos (TORQUATO, 2009). Assim, com a evolução das tecnologias digitais, a comunicação precisa se adaptar a cenários, para não atender apenas aos interesses de performance organizacional, e adotar novos parâmetros, principalmente por ser uma área volátil às transformações que ocorrem na sociedade (TIMOTEO, 2013).

O advento do mundo digital, nos anos 2000, altera diversos aspectos da comunicação organizacional, pois o uso das redes sociais para interação, participação e diálogo passa a interferir na forma como as organizações se relacionam com seus públicos. Nesse cenário, as informações passam a circular rapidamente, as respostas das organizações precisam ser rápidas, assim como a tomada de decisões, além disso, cada vez mais, elas precisam se legitimar diante o mercado, ou seja, construir uma imagem e uma reputação para terem poder, ao mesmo tempo que os vínculos com seus públicos fica mais enfraquecido pelas diversas possibilidades de relacionamentos e trocas que a internet admite (BALDISSERA, 2009).

O processo comunicativo, portanto, se torna mais complexo devido às diversas interferências e transformações da sociedade. Na produção de informação, por exemplo, surgem inúmeros polos emissores de conteúdo: não apenas as organizações, mas todos os seus públicos podem transmitir informações; além disso, a propagação de mensagem, nos mais diversos formatos, passa a ser instantânea. Verifica-se que essa possibilidade altera a lógica dos discursos organizacionais, ou seja, as mensagens e intenções disseminadas pelas organizações enfrentam mensagens e intenções de diversos interlocutores (BALDISSERA, 2009).

Diante disso, a comunicação organizacional sofre influências de fatores e situações que, muitas vezes, não surgiram da intenção e sentido que as organizações quiseram construir. Para Baldissera (2009), a comunicação ganha, portanto, três dimensões: a organização comunicada, que refere-se aos atributos reforçados pela organização para serem disseminados e comunicados formalmente ao público, nessa dimensão verifica-se a intencionalidade da gestão da imagem organizacional; a organização comunicante, está

relacionada à atualização do processo comunicacional toda vez que sujeitos e organizações se relacionam formal ou informalmente, nessa dimensão destaca-se que os contextos podem influenciar o que é comunicado; e, por último, a organização falada, trata-se dos processos de comunicação que ocorrem fora e sem o controle da organização, mas que se referem à ela e devem ser trabalhados quando ganham visibilidade

Essas três dimensões, de certa forma, demonstram que as organizações perdem poder e controle da comunicação na sociedade contemporânea e se envolvem em um constante processo de produção e disputa de sentidos (BALDISSERA, 2009). Como consequência, elas enfrentam mais conflitos por existir um meio de serem cobradas por impactos ou demandas e, portanto, precisam inovar nos relacionamentos e no desenvolvimento de ações para dialogar constantemente com seus públicos. Ou seja,

Na era digital e das redes e ou mídias sociais, as organizações não têm mais controle quando os públicos se veem afetados. Se não houver coerência por parte dos discursos institucionais e se não houver verdade naquele seu certificado de sustentabilidade ou naquele seu balanço social, isso é passível de ser colocado em xeque e ir parar nas redes sociais. As pressões vêm de fora – da sociedade, da legislação etc. As empresas não mudam porque querem, mas por causa das pressões sociais e do mercado. (KUNSCH, 2014, p.46)

Diante dessa conjuntura, é possível verificar que as novas mídias inseriram as organizações e públicos em um contexto cada vez mais interacional e dialógico com reflexos para a comunicação organizacional. Nessa perspectiva, Oliveira e Paula (2010) afirmam que o paradigma clássico da comunicação, que prevê uma relação baseada na emissão e recepção de informação, não é suficiente para atender à comunicação das organizações, pois, com as possibilidades de interação na sociedade, as relações se tornam mais complexas e necessitam de trocas e diálogos para serem estabelecidas. Diante disso, a comunicação deve estar sintonizada em um paradigma relacional ou dialógico, compreendido

[...] a partir da relação entre os interlocutores envolvidos num determinado contexto, marcado pela dimensão simbólica das práticas discursivas e pela disputa de sentidos. Portanto, como processo social multireferencial que propicia a construção de sentidos, renovados a partir de articulações do ato enunciativo. (OLIVEIRA; PAULA, 2010, p. 41)

Portanto, o paradigma relacional olha para a comunicação como um “processo de construção conjunta entre interlocutores (sujeitos sociais), a partir de discursos (formas

simbólicas que trazem as marcas de sua produção, dos sujeitos envolvidos e do contexto), em situações singulares (dentro de um determinado contexto)” (LIMA, 2008, p.114). Assim, segundo a autora, a perspectiva relacional tem três dimensões inter-relacionadas que a caracterizam: interacional, referente à relação dos interlocutores; simbólica, referente às práticas discursiva e à produção de sentido; e contextual, referente à situação sociocultural. As dimensões transformam as organizações em “sujeitos sociais enunciativos ou leitores de discursos cuja ação no mundo institui um contexto específico de interações que enquadra, ainda, enunciações e leituras de outros sujeitos sociais.” (LIMA, 2008, p.114)

O paradigma relacional considera a influência dos diversos atores, os contextos sociais que estão inseridos, suas expectativas e interesses nos processos organizacionais. Deve-se, assim, trabalhar a comunicação considerando as relações e o que elas envolvem como fatores da construção de sentidos sobre a organização, não podendo excluir “as diferenças culturais, políticas e históricas que se entrelaçam e criam um tensionamento na relação das organizações com a sociedade, que se mostram permeadas por contradições” (OLIVEIRA; PAULA, 2010, p.41).

Nesse sentido, é importante destacar que a tensão na relação das organizações com a sociedade é um reflexo da divergência de interesses e valores provenientes dos diversos contextos em que os atores estão inseridos, somados às inconsistências discursivas e práticas das organizações. Os conflitos e crises gerados por esse cenário trazem consequências tangíveis e “um custo relacionado aos danos na reputação, imagem e marca” (ALVES, 2007, p.90), sendo assim, para enfrentar os danos, a comunicação exerce o papel de desenvolver ações e declarações consistentes e alinhadas com a realidade objetivando amenizar a proporção do problema.

No cenário atual da sociedade, com a alta competitividade no mercado, a constante atuação da mídia, e, acrescentando, a rede de comunicação mediada pelas tecnologias digitais, as organizações passam por uma grande exposição, principalmente em situações negativas, o que gera muitos conflitos a serem enfrentados, segundo Alves (2007). O autor acredita que a comunicação possui um importante papel para enfrentar minimamente e sem efeitos negativos a exposição, por ela possibilitar a criação de vínculos com os públicos e diálogo para conhecer as diferenças, compreendendo como se relacionar diante de conflitos. Portanto, para essa situação, verifica-se que a garantia de uma comunicação processual e relacional em uma sociedade entrelaçada por complexidades nas relações é fundamental para as organizações.

É preciso considerar os contextos dos diversos atores sociais para construir e reconstruir realidades que atendam aos seus interesses e valores, essa troca possibilita, para as organizações, um posicionamento estratégico em busca de seus objetivos e, ao mesmo, retornos importantes para a sociedade. Assim, a lógica informacional e instrumental da comunicação precisa ser substituída por uma postura interacional e dialógica (BARROS; BRITO; MACHADO, 2015) para demonstrar condutas valorizadas pelos públicos e agregar retorno intangível para as organizações, pois interação e diálogo, unido a atributos que geram efeitos positivos (transparência, ética, consistência entre prática e discurso), ajudam na gestão estratégica e no comprimento social das organizações.

O cenário relacional e dialógico possibilita que as organizações monitorem a repercussão de seus impactos, desenvolvendo políticas para se posicionar e atender demandas da sociedade. Nesse contexto, a comunicação se coloca em uma posição de negociadora para mediar as relações a partir dos interesses dos públicos, mas atendendo aos objetivos organizacionais (OLIVEIRA; PAULA, 2010). Considerando que, cada vez mais, os indivíduos utilizam as mídias para se relacionar com as organizações, as trocas no ambiente digital se tornam relevantes para esse processo de negociação por possibilitar o diálogo constante e a integração dos sujeitos “com a organização, com seus valores, sentimentos, demandas e expectativas construindo vínculos e sentidos” em relação a ela (BARROS; BRITO; MACHADO, 2015, p.30).

Desta forma, pode-se considerar que o paradigma relacional da comunicação implica no reconhecimento da diversidade de percepções, posições e divergências dos atores da interação, que se manifestam no ambiente organizacional muitas vezes como crítica, resistência, rejeição e silêncio. Esse reconhecimento pode favorecer reflexões sobre decisões, posicionamentos e inovações de ambas as partes, além de demonstrar que comunicar é sempre da ordem do imprevisto, do contingente. (OLIVEIRA; PAULA, 2010, p.42)

Isso demanda novas estratégias com uma perspectiva voltada para as práticas sociais, que considera o olhar dos sujeitos envolvidos e identifique oportunidades a partir de diversos contextos e posições para guiar as interações das organizações com a sociedade e “apresentar publicamente posicionamentos sobre questões relacionadas à sua atuação” (OLIVEIRA; PAULA, 2010, p.46). Nesse sentido, a trajetória da comunicação organizacional, desde a perspectiva instrumental até a perspectiva interacional, demonstra como as organizações são impactadas pelos efeitos dos contextos sociais, econômicos, políticos e culturais e precisam se

adaptar a eles para administrar o negócio. E, no cenário atual, elas “começam a perceber a dificuldade em controlar os processos estratégicos e comunicacionais e a investir na dinâmica interativa com a sociedade.” (OLIVEIRA; PAULA, 2010, p.33)

Conclui-se que a comunicação das organizações, com o objetivo de estabelecer relacionamento com os públicos, necessita cumprir papéis estratégicos e sociais para suprir a demanda de diálogo com a sociedade e garantir responsabilidade dos impactos organizacionais. Para isso, não é possível mais evitar a interação, principalmente pelo ambiente digital, para reconhecer demandas, interesses e contextos (culturais, sociais, ideológicos) e, assim, garantir coerência nas práticas organizacionais. A comunicação organizacional na perspectiva dialógica e interacional resulta em oportunidades vantajosas para a gestão de ativos intangíveis, para a amenização de impactos causados a partir de um diálogo com a sociedade embasado por valores cobrados e para a gestão dos constantes conflitos originados pela complexidade das relações. Diante disso, o ambiente digital e participativo pode ser destacado como um meio para colaborar com esses fatores e bons resultados para as organizações.

3.2 As possibilidades das mídias sociais para as organizações diante dos desafios de relacionamento com um público participativo

A atuação das organizações na sociedade está vinculada ao processo de legitimação de suas políticas e ações, o qual se concretiza a partir da interação com os públicos. De acordo com Nassar (2008), a legitimação precisa ser sustentada por processos participativos com os públicos da organização, garantindo que haja compreensão de propósitos e valores. Para isso, é necessário construir relacionamentos por meio de estratégias de comunicação, as quais criam condições para fortalecer, consolidar e sustentar a atuação organizacional.

Com o desenvolvimento das mídias sociais, surge uma nova forma das organizações estabelecerem esse relacionamento e equilibrarem seus interesses de legitimação com as demandas da sociedade. Porém, a nova oportunidade para a comunicação organizacional adquire novas características e desafios, pois, por meio da internet, as informações sobre as organizações não são controladas apenas por elas (NASSAR, 2008). No ambiente digital, as diversas informações que circulam nas interações entre os indivíduos “são reproduzidas facilmente [...], espalham-se nas redes entre os diversos grupos, migram e tornam-se conversações cada vez mais públicas, moldam e expressam opiniões, geram

debates e amplificam ideias” (RECUERO, 2014, p.116), portanto, estão além do controle e da transmissão meramente organizacional. Por esse motivo, e, considerando que o ambiente digital criou possibilidades para maior diálogo e interação, a relação entre as organizações e seus públicos se tornou mais dinâmica, refletindo no modo que elas se comunicam.

Diante disso, verifica-se que “70% das organizações estão presentes nas mídias sociais, com perfis institucionais”, sendo o Brasil “o quarto colocado na relação de nações que despontam no uso intensivo desses espaços enquanto possibilidades institucionais de comunicação” (KPMG Internacional, 2011 apud WANDER; SILVA, 2015, p.98). O provável motivo dessa posição das organizações brasileiras é que, “especialmente no Brasil (em nível superior, quando comparado a outros países), as mídias sociais se configuram como espaço em que os consumidores manifestam suas insatisfações com as organizações e as marcas” (KPMG Internacional, 2011 apud WANDER; SILVA, 2015, p.102).

Os principais fatores que refletem tal comportamento dos públicos são o acesso à informação, que torna os “cidadãos cada vez mais conscientes de seus direitos” (FERRARI, 2011, p.134), permitindo que eles se mobilizem e se conscientizem, e a possibilidade de aproximação com as organizações, o que cria condições para as cobranças serem efetivas e diálogos se desenvolverem. Esse cenário evidencia que as organizações necessitam de alinhamento constante com os interesses e demandas da sociedade, pois elas enfrentam, cada vez mais, exigências em suas ações para garantia, por exemplo, do desenvolvimento de uma sociedade sustentável e ética.

Nesse sentido, Kunsch (2014, p.37) afirma que o poder da internet é inevitável para consequências “nas formas de sociabilidade e nos processos de gestão”, por isso, e por estarem envolvidas nesse cenário, as organizações necessitam ir além de seus interesses econômicos e contribuir para uma sociedade melhor, estabelecendo uma “relação sinérgica com o mundo”. Assim, as mídias sociais se tornam a alternativa para elas dialogarem com a sociedade e se aproximarem das demandas que surgem diante do novo público.

A sociedade conectada trouxe desafios para as organizações, tornando necessário compreender como as interações acontecem e como a comunicação pode intermediar as relações. É importante que, em primeiro lugar, as organizações transformem a visão econômica e tecnicista em relacional e dialógica; outro ponto é dar consistência e coerência para os discursos enfrentando problemas para demonstrar comprometimento público; e, além disso, compreender que as tecnologias de comunicação transformaram a lógica informacional, ou seja, não existe mais um emissor e um receptor passivo, pois as relações acontecem em um

ambiente interativo que todos podem produzir conteúdos e disseminar informações (KUNSCH, 2014).

De acordo com a pesquisa do Instituto Akatu (2013), um dos principais desafios no ambiente interativo e participativo é a consistência das atitudes organizacionais. As organizações que, por exemplo, comunicam suas atitudes socialmente responsáveis pela rede precisam desenvolver ações coerentes com as responsabilidades sociais para não transformarem esse discurso apenas em promoção, pois os consumidores estão atentos na relação entre o que é dito e o que é feito. Portanto, verifica-se que é preciso que elas se atentem às suas práticas ao se identificarem ou identificarem seus produtos e serviços como socialmente responsável, sustentável, entre outros termos, considerando que se não houver garantia de atitudes assim, os públicos vão enfrentar o discurso, principalmente diante de oportunidades das plataformas interativas (AKATU, 2013).

Verifica-se, portanto, que o ambiente digital potencializa a influência dos públicos nas atitudes organizacionais, por isso os discursos são envolvidos por uma constante construção de sentidos sobre a organização. Wander e Silva (2015) relacionam esse fator com as três dimensões da comunicação organizacional defendida por Baldissera (2009), demonstrando que a organização comunicada está presente nas postagens que uma organização faz em suas mídias sociais oficiais, a organização comunicante está no processo de interação das organizações com seus públicos a partir do que é comunicado e/ou entre os públicos, e a organização falada nas referências feitas sobre a organização no universo on-line e que não abranja o ambiente on-line oficial da organização. Assim, o “entendimento sobre a dinâmica das mídias sociais exigirá estratégia que dê conta de tantos cenários decorrentes destas movimentações” (WANDER; SILVA, 2015, p.100).

As mídias sociais permitiram que os indivíduos acessem inúmeros conteúdos e recursos que estimulam as mais diversas atitudes, o compartilhamento de ideias, opiniões e até de crenças e valores, e, diante disso, quando atitudes que geram discordância são percebidas, as organizações precisam reconstruir suas ideias e ações. Nesse sentido, verifica-se que, no ambiente virtual, o discurso deixa de ser unilateral e é articulado entre organização e público, por isso, acredita-se que ele não é único e seja reconstruído a todo o momento a partir da influência de vários sujeitos e das necessidades de comunicação que a organização percebe.

É importante considerar que nas mídias sociais os públicos e as organizações têm a possibilidade de dialogar em condições de igualdade/linearidade, no

que se refere à manifestação de opiniões, emissão de discursos e ainda em visibilizá-los, o que (pres)supõe tomadas de decisões ágeis, adequadas, e um olhar atento a oportunidades e periculosidades a partir das interações desencadeadas, ou mesmo pela ausência de trocas, de diálogos. As mídias sociais, em minutos, conseguem disseminar assuntos que antes se mantinham restritos ou se espalhavam morosamente, o que impõe às organizações olhar estratégico, monitoramento e política de atuação. (WANDER; SILVA, 2015, p.98)

Diante disso, é preciso criar novas formas para atender o perfil de um público que irá participar e interagir, que enfrenta posicionamentos divergentes de seus valores e ideias e que utiliza a rede para disseminar suas opiniões, o ambiente on-line traz, portanto, novas dinâmicas para os processos de legitimação das organizações e, conseqüentemente, novas estratégias de relacionamento. É preciso disseminar informações, desenvolver ações colaborativas, dialogar e interagir, enfrentando o desafio de se comunicar, se relacionar e manter seu negócio diante de um público considerado empoderado, ou seja, mais independente, com mais poder, que quer participar, opinar e conhecer tudo que envolve uma determinada organização e sua atuação.

Devido a esse cenário, “as mídias sociais, enquanto canais institucionais e institucionalizados, cada vez mais passam a integrar os sistemas de comunicação das organizações, somando-se a esforços em outros espaços” (WANDER; SILVA, 2015, p.96), pois as ações nas mídias colaboram para fortalecer e sustentar os ativos intangíveis da organização. Porém, é importante ressaltar que, como elas são um canal de constante interação entre os públicos e as informações que circulam nele não podem ser controladas por um emissor, é preciso garantir que as percepções geradas nesse ambiente girem em torno da real imagem que a organização quer ter, ou seja, que os princípios, a identidade organizacional, precisam ser reconhecidos pelos públicos nas ações e informações da organização (WANDER; SILVA, 2015).

Portanto, as mídias sociais fortaleceram a perspectiva relacional da comunicação organizacional, possibilitando que as organizações construam relacionamentos fortes se considerarem as necessidades de interação, diálogo e compartilhamentos de ideias e não meramente utilizarem o ambiente para emitir suas informações sem aceitarem a influência de valores e opiniões que confrontem as suas. Para isso, é preciso compreender que esse ambiente é um meio para construir coletivamente e de forma compartilhada os discursos organizacionais, essa postura é favorável para a legitimação da organização e para uma relação sustentável com a sociedade.

Ao mesmo tempo em que as organizações podem assumir uma postura coletiva e colaborativa nas mídias sociais, é importante estarem cientes de que esse ambiente trará embates e enfrentamentos, justamente pelas possibilidades de exposição de ideias e trocas de opinião. A perspectiva relacional entre os sujeitos e as organizações no ambiente digital e o contexto dinâmico e dialógico que ele possibilita complexifica a construção de sentidos por entrelaçar os valores, desejos, ideologias dos sujeitos envolvidos, o que reflete em interpretações de acordo com a realidade de cada um deles.

Nesse processo interacional, de acordo com Pennini e Oliveira (2014), ao mesmo tempo em que as organizações têm um retorno positivo, podem ter ruídos e barreiras que geram ou que partem de conflitos. Assim, é importante monitorar a circulação das reações positivas e negativas para a comunicação potencializar a disseminação dos atributos positivos que são reforçados pelos públicos ou se posicionar e responder reações negativas para atenuar possíveis impactos (PENNINI; OLIVEIRA, 2014).

Explorar os sentidos construídos e reconhecer os discursos feitos nas mídias sociais são fatores favoráveis para a imagem e, conseqüentemente, para a reputação organizacional, se a organização não tiver processos para isso ela irá “simplesmente deixar que os sentidos se construam por vias outras, sem nenhuma possibilidade de interferência da instituição, cuja imagem está sendo afetada” (PENNINI; OLIVEIRA, 2014, p.72). Nesse âmbito, reconhecer a perspectiva relacional e as potencialidades de influência dos sujeitos para as organizações no cenário midiático é um caminho para a legitimação, principalmente em situações de impacto.

Considerando isso, Oliveira, Henriques e Paula (2012) reforçam que é possível compreender as percepções das organizações por meio da interpretação das respostas que os públicos dão aos discursos organizacionais nas mídias sociais. Esse processo pode colaborar para conhecer o perfil dos indivíduos que se relacionam com as organizações no ambiente online e seus interesses, além de orientar o desenvolvimento de ações comunicativas por olhar a comunicação com uma perspectiva circular (OLIVEIRA; HENRIQUES; PAULA, 2012), ou seja, que não ocorre a partir de um emissor para vários receptores e sim em um cenário que todos podem, potencialmente, contribuir para a construção de sentidos.

O ambiente digital, a partir dessa perspectiva, é visto como um meio para que os discursos das organizações nas mídias sociais gerem posicionamentos de seus públicos para formar um ciclo de construção e reconstrução de significados importantes para atuação organizacional e a relação com a sociedade. Nesse processo, as organizações podem enfrentar

confrontos de suas atitudes e discursos diante das responsabilidades que possuem devido aos seus impactos, pois

O ambiente empresarial na sociedade contemporânea é lócus de tomada de decisões que interferem na vida cotidiana do homem e na coletividade. Se, por um lado, têm-se os objetivos particulares que fundam as empresas, por outro, sabe-se que suas ações interferem diretamente na constituição cultural da sociedade, da esfera pública e de questões de ordem coletiva. (LIMA; OLIVEIRA, 2014, p.91)

Assim, compreendendo que as organizações desenvolvem estratégias discursivas para interagir e dialogar a partir das expectativas da sociedade e que os indivíduos reagem e respondem aos discursos, acredita-se que o público on-line, com um perfil mais participativo e reconhecendo as interferências em questões coletivas, possa exercer influência nas decisões organizacionais.

Considerando essas trocas entre organizações e públicos no ambiente on-line que esta pesquisa será desenvolvida, pois acredita-se que a partir desse processo podem ser verificados desafios de relacionamento para as organizações com os indivíduos nas mídias sociais. Portanto, nos próximos capítulos será analisada a interação entre os indivíduos no ambiente virtual com os discursos da Samarco sobre o rompimento de sua barragem de rejeito em Mariana (Minas Gerais, Brasil).

4 A RELAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES COM A SOCIEDADE CONECTADA: ANALISANDO OS COMENTÁRIOS REALIZADOS PARA A SAMARCO NO FACEBOOK

A nova dinâmica de relações e interações na sociedade contemporânea alterou os paradigmas da comunicação organizacional. Nesse cenário, a comunicação adquire uma perspectiva dialógica e interacional com seus públicos e necessita reconhecer diversos contextos em que eles estão inseridos para atender suas demandas e interesses e, ao mesmo tempo, gerar bons retornos para a legitimação organizacional. Essa perspectiva se torna fundamental, pois acredita-se que as mídias sociais estão estimulando a participação dos indivíduos em diversos assuntos de seus interesses, principalmente em relação aos impactos sociais e inconsistências organizacionais, o que gera debates e mobilizações capazes de alterar decisões e atitudes de organizações públicas e privadas. Considerando esse fator, o ambiente virtual, com suas plataformas de interação, compartilhamento, participação e relacionamento, cria desafios para as organizações.

Diante disso, esta pesquisa origina-se de reflexões realizadas acerca das potencialidades que os indivíduos adquirem com as tecnologias de comunicação para influenciar atitudes organizacionais: as mídias sociais possibilitam enfrentamentos das atitudes organizacionais? Como os indivíduos agem diante de impactos causados pelas organizações? A participação dos indivíduos em questões de âmbito coletivo pode influenciar os discursos das organizações? Como pressões no ambiente digital podem alterar a forma como as organizações se relacionam com a sociedade? Essas foram algumas das questões que orientaram, inicialmente, a proposta de estudo apresentada e colaboraram para a elaboração do objetivo desta pesquisa: discutir sobre os desafios enfrentados pelas organizações em sua relação com a sociedade considerando o cenário em que as mídias sociais ampliam as possibilidades para os indivíduos responderem diante das atitudes organizacionais e seus impactos.

Para isso, buscou-se, por meio da fundamentação teórica, compreender a transformação que o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação trouxeram para a relação das organizações com a sociedade e o papel da comunicação organizacional no ambiente digital para essa relação. A partir dos estudos realizados, foram analisados, para possibilitar a reflexão do objetivo, os comentários realizados pelos indivíduos nas postagens da Samarco, no Facebook, sobre o acidente em Mariana (MG).

A Samarco Mineração, em 5 de novembro de 2015, teve uma barragem de rejeito de minério rompida causando impacto de grande proporção para as esferas econômicas, políticas, sociais e ambientais na região de Mariana (Minas Gerais, Brasil). O acidente ambiental ocorreu em um cenário de avanço no uso das mídias para se comunicar, tanto por parte dos públicos quanto das organizações, pois, desde que as tecnologias de informação e comunicação se fortaleceram, possibilitando maior participação em assuntos de interesse público e diálogo e interação com as organizações, não houve, no Brasil, nenhum desastre dessa proporção, com ampla cobertura midiática, com cobertura nas mídias sociais on-line e interação em tempo real com a organização.

Todos esses fatores possibilitam a análise de um novo contexto: conhecer as percepções, reações e respostas de um público mais participativo diante de informações recebidas por uma organização sobre um impacto causado por ela. Essa é uma oportunidade para compreender os desafios que as TICs trazem para a relação entre organização e sociedade. Diante disso, este capítulo apresenta todo o processo de análise do estudo proposto e os resultados encontrados, acompanhados da discussão sobre os desafios enfrentados pelas organizações na sociedade conectada.

4.1 Descrevendo o fundamento e o procedimento metodológico

Para desenvolver a análise dos comentários na página do Facebook da Samarco a fim de discutir os desafios enfrentados pelas organizações na sociedade conectada, é fundamental estabelecer um procedimento metodológico que oriente e auxilie a interpretação e discussão das informações disponibilizadas pelo objeto de estudo. De acordo com Lakatos e Marconi (2010, p.65), o método utilizado em uma pesquisa científica possibilita, por meio de um “conjunto de atividades sistemáticas e racionais”, desenvolver um estudo com maior segurança por validar os conhecimentos gerados e auxiliar as decisões de análise. O procedimento metodológico, portanto, refere-se às técnicas utilizadas para traçar o raciocínio teórico e desenvolver a análise do objeto de pesquisa de forma confiável para o alcance de resultados e discussão do objetivo proposto. Assim, a escolha do método permite ao pesquisador promover “o espírito crítico, capaz de realizar a autoconsciência do trajeto feito e por fazer. Também delimita sua criatividade e sua potencialidade no espaço de trabalho” (FONSECA, 2012, p.14)

Diante disso, para embasar a escolha do método desta pesquisa optou-se por, inicialmente, adotar um referencial teórico-metodológico capaz de sustentar técnicas que

dialoguem com a análise em questão, demonstrando a perspectiva utilizada para olhar o objeto de estudo. Considerando que a pesquisa desenvolvida reflete sobre a relação das organizações com a sociedade a partir do desenvolvimento tecnológico, o qual possibilitou maior interação e participação com as mídias sociais, o referencial teórico-metodológico adotado baseia-se no Sistema de Resposta Social ou Sistema de Interações Sociais sobre a Mídia, defendido por Braga (2006).

A escolha do referencial parte da compreensão de que as mídias sociais inseriram uma perspectiva dialógica para o relacionamento entre organizações e seus públicos. Dessa forma, Oliveira, Henriques e Paula (2012) demonstram que é possível refletir sobre essas relações a partir da mobilização e posicionamento dos indivíduos nas redes frente a atuação organizacional e, para isso, consideram a proposta de sistema de resposta social nos processos midiáticos.

O sistema de resposta social aponta que os processos midiáticos vão além do paradigma informacional da comunicação, ou seja, da mera produção e recepção de informações. Nesse sentido, Braga (2006) defende que a sociedade age e produz a partir de interações midiáticas, atribuindo sentido social aos meios de comunicação e seus produtos e, portanto, existe uma relação comunicacional entre mídia e sociedade. Além da emissão e recepção, constata-se a existência de um terceiro sistema de processos midiáticos, o qual “corresponde a *atividades de resposta* produtiva e direcionada da sociedade em interação com produtos midiáticos.” (BRAGA, 2006, p.22).

Esse é, segundo o autor, o sistema de resposta social ou sistema de interação social sobre a mídia, um sistema de circulação diferida e difusa que constrói sentidos a partir da atuação da mídia na sociedade. Essa circulação não se trata, simplesmente, da forma como uma informação chega aos indivíduos e sim sobre o estímulo causado por ela, os valores simbólicos construídos posteriormente à recepção, ou seja, ela representa a “movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia” (BRAGA, 2006, p.28).

Assim, compreende-se que a circulação midiática em questão não é sobre o que a mídia veicula, produz e transmite e sim os resultados após essas ações, o que interessa é “o que a sociedade *faz* com sua mídia: é, portanto, *uma resposta*” (BRAGA, 2006, p.29). Essas respostas são formadas a partir das “ideias, informações, reações e interpretações sobre a mídia e seus produtos e processos” que circulam nos diversos contextos sociais que os indivíduos estão envolvidos (BRAGA, 2006, p.30).

Para isso, Braga (2006) aponta que a sociedade desenvolve dispositivos sociais para o tratamento da mídia, que dão consistência aos processos interpretativos e colaboram para a circulação de sentidos, são eles: os cineclubes, fóruns de debate, produções acadêmicas, revistas sobre a mídia, sites especializados, entre outros. Esses dispositivos criam condições para discussões e críticas sobre meio de comunicação e produtos midiáticos a partir de ações que desenvolvem: críticas a partir de interpretações; retorno para o sistema de produção; militância social para defesa de interesses; controles da mídia, enfrentando seu poder e defendendo seu papel social; sistematização de informações; circulação comercial; processos educacionais e formativos para uso e leitura crítica da mídia (BRAGA, 2006). Para o autor, esses dispositivos e os processos que eles desenvolvem são alguns exemplos da forma como a sociedade pode interagir sobre e com a mídia.

Isso corresponde a dizer que a sociedade desenvolve uma série de ações sobre a mídia – contra propositivas, interpretativas, proativas, corretoras de percurso, controladoras, seletivas, polemizadoras, laudatórias, de estímulo, de ensino, de alerta, de divulgação e “venda” etc. – que se combinam dos modos mais variados. São ações, de um modo geral, voltadas *para a sociedade*. Mas, conforme sua abrangência, podem ter um sentido direto ou indireto de retorno sobre a mídia – que vai se caracterizar, então, como um retorno da *sociedade*, necessariamente diferido e difuso. (BRAGA, 2006, p.39)

Diante disso, cabe destacar três fatores que indicam o sistema de resposta social de resposta social enquanto referencial teórico-metodológico adequado para o estudo proposto. Considerando que o sistema pressupõe um processo de comunicação entre sociedade e mídia, destaca-se, primeiramente, sua relação com a perspectiva relacional da comunicação organizacional, fortalecida, principalmente, pelas interações estabelecidas entre as organizações e seus públicos nas mídias sociais; além disso, apesar de Braga (2006) apontar que esse processo ocorre antes mesmo do desenvolvimento das redes informatizadas, parte-se do olhar de que a internet, e as plataformas de interação e compartilhamento, intensificaram as possibilidades de atividades de resposta; por último, como terceiro fator, acredita-se que, pela influência e poder que as organizações exercem na sociedade, os discursos organizacionais, ao serem disseminados nas mídias sociais, se transformam em produtos midiáticos, e, portanto, constroem sentidos e respostas sociais.

O sistema de resposta social [...] parece se colocar como espaço de escolha para a *intervenção crítica*, cultural, educacional e operacional, nos trabalhos

da sociedade, no objetivo de estimular seus processos midiáticos de modo socialmente responsável e relevante. Por isso mesmo, embora reconhecendo a multiplicidade dos processos segundo os quais a sociedade *age* sobre a mídia (alguns dos quais meramente reforçando motivações empresariais e de *marketing*), é claro que nosso interesse é maior pelos dispositivos voltados para as ações, acima referidas, de crítica, de retorno, de estímulos de aprendizagem, de controle social da mídia e de interpretação proativa, pois é por meio desses dispositivos que a sociedade pode exercer intervenções críticas. (BRAGA, 2006, p.43)

Assim, refletindo sobre a proposta desta pesquisa, compreende-se que é possível considerar que da mesma forma que a sociedade age sobre a mídia, os indivíduos podem agir para exercer pressões às organizações a partir daquilo que elas fazem e disseminam para a sociedade pela mídia. Por isso, os comentários realizados para as atitudes organizacionais expostas nos discursos disseminados nas mídias sociais se tornam uma dinâmica de respostas, a qual pode orientar percepções sobre os impactos causados por uma organização.

Como o sistema de resposta social refere-se ao resultado da interação da sociedade com a mídia, envolvendo “cultura, articulações e fluxos que se manifestam em respostas dinâmicas” (OLIVEIRA; HENRIQUES; PAULA, 2012, p.172), é possível incluir os posicionamentos dos públicos para as organizações nas plataformas de mídias sociais, parte do processo de resposta social e, assim,

[...] revelar o envolvimento da sociedade com as questões emergentes das organizações, uma vez que a existência do sistema de resposta social compreende os processos de circulação social dos sentidos, ou seja, os modos pelos quais a sociedade se apropria, ressignifica e faz frente aos discursos organizacionais. (OLIVEIRA; HENRIQUES; PAULA, 2012, p.172)

A partir disso, para discutir os desafios enfrentados pelas organizações na relação com a sociedade conectada, pretende-se reconhecer o conteúdo dos comentários dos públicos nas postagens da Samarco Mineração no Facebook, após o rompimento de sua barragem na região da cidade de Mariana (Minas Gerais), para verificar as principais respostas que ocorreram a partir do discurso da empresa. Para isso, optou-se por desenvolver uma pesquisa de caráter exploratório com abordagem qualitativa utilizando três procedimentos metodológicos que auxiliem a busca e discussão, são eles: a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a análise de conteúdo, os quais, respectivamente, colaboram para orientar teoricamente o objeto de estudo, demonstrar seu contexto e verificar fatores para discussão do objetivo.

A questão norteadora foi analisada a partir de uma abordagem qualitativa por possibilitar ao pesquisador interpretar informações observadas e coletadas a partir das interações sociais e dos significados atribuídos a um determinado fato (FONSECA, 2012). Foi escolhido o uso qualitativo da análise de conteúdo, pois, junto com a fundamentação teórica e o levantamento de informações sobre o acidente ambiental, possui recursos e embasamento para reconhecer quais são esses significados por meio do desmembramento do conteúdo das mensagens para reconhecer as respostas realizadas.

O procedimento de pesquisa bibliográfica e documental foram definidos como primeiras etapas, pois, de acordo com Marconi e Lakatos (2013, p.48) implicam no “levantamento de dados de variadas fontes” para gerar conhecimento e embasamento orientando o desenvolvimento da pesquisa, assim, eles formam “a fase da pesquisa realizada com intuito de recolher informações prévias sobre o campo de interesse”.

Diante disso, a primeira etapa desenvolvida foi a pesquisa bibliográfica, a qual abrangeu o estudo do referencial teórico para possibilitar enfoques e abordagens relacionados ao problema proposto a fim de orientar o debate e discussão do tema (MARCONI; LAKATOS, 2013). Ela foi responsável por formar a fundamentação teórica do estudo, uma etapa importante, pois, além de relacionar conceitos, orienta a análise dos resultados obtidos para serem estabelecidas interpretações embasadas em relação ao objetivo proposto.

Como segunda etapa metodológica, optou-se pela pesquisa documental para descrever, situar e explicar o caso estudado, além de ser uma etapa importante para justificar a escolha do objeto, demonstrando os impactos causados pelo rompimento da barragem da Samarco e como eles explicam a relação entre organização e sociedade. De acordo com Marconi e Lakatos (2013), a principal característica da pesquisa documental é possibilitar a coleta de dados por meio de documentos de fontes primárias que disponibilizam informações sobre fatos e fenômenos.

Para isso, foram utilizadas notícias da imprensa com o objetivo de apresentar o contexto de acordo com o que foi veiculado pela mídia e informações oficiais divulgadas pela Samarco. Não se objetivou analisar as notícias, mas elaborar um levantamento de informações para contextualizar a situação a partir do que foi utilizado pela mídia para ser retratado para a sociedade. As principais fontes jornalísticas foram os portais de notícias G1, do Grupo Globo; BBC Brasil, versão brasileira da emissora pública de rádio e televisão do Reino Unido; EBC (Empresa Brasileira de Comunicação), empresa pública de mídia criada e administrada pelo Governo Federal Brasileiro; El País Brasil, jornal espanhol com versão em português; e, Agência Pública, agência de jornalismo investigativo e independente. Também foram fontes

os sites do jornal O Globo, das revistas Carta Capital; Isto É Dinheiro; Exame; Valor Econômico; e o documentário Rio Doce: histórias de uma tragédia. Além disso, utilizou-se as informações do site institucional da Samarco, da Vale e da Fundação Renova.

O terceiro procedimento metodológico, a análise de conteúdo nas postagens do Facebook, está diretamente ligado aos dados utilizados para a discussão dos desafios enfrentados pelas organizações no relacionamento com a sociedade conectada. A escolha dessa plataforma foi motivada por ser utilizada pela empresa para se comunicar no ambiente digital permitindo que qualquer usuário da rede interaja com ela e onde se encontra a perspectiva dialógica e interacional para a construção de mensagens, o compartilhamento e exposição de interesses e demandas. Destaca-se que, dentre as plataformas de mídias sociais existentes, a Samarco está presente no YouTube, LinkedIn e no Facebook, o qual é o canal de comunicação mais atualizado e utilizado para se relacionar, considerando que, após o acidente, nenhuma das outras mídias estavam sendo atualizadas.

Além disso, cabe ressaltar que, após o acidente, o Facebook da mineradora teve mais visibilidade, o que aumentou o número de seguidores e, conseqüentemente de interações. De acordo com informações da empresa disponibilizadas pelo *messenger* da plataforma, a Samarco começou a utilizar a mídia em 19 de outubro de 2015, poucas semanas antes do rompimento, e até o dia 31 desse mês possuía 1.715 curtidas, número que aumentou com o passar do tempo. Um ano após o acidente, 5 de novembro de 2016, período de coleta das postagens e comentários, a página contava com 55.011 curtidas, número que não aumentou significativamente desde então.

Outro fator importante para a escolha dessa plataforma é que, segundo Recuero (2014), as mídias sociais criam um espaço de conversação, a qual ocorre a partir de interações possibilitadas por ferramentas disponíveis nessas plataformas. Nesse sentido, a autora aponta que as ferramentas *curtir*, *compartilhar* e *comentar* do Facebook são exemplos da forma como as conversações acontecem no ambiente digital. Essas três ferramentas possuem algumas diferenças relacionadas a forma como os indivíduos interagem e participam nas conversações.

Curtir refere-se ao modo que eles apropriam a informação sem desenvolver respostas, assim, Recuero (2014, p.119) explica que com esse botão “toma-se parte, torna-se visível a participação, portanto, com um investimento mínimo, pois o ator não necessariamente precisa ler tudo o que foi dito. É uma forma de participar da conversação sinalizando que a mensagem foi recebida”. Já a opção *compartilhar* tem como função, segundo a autora, dar visibilidade para uma conversa ou ampliar o alcance de uma mensagem

e informação. A última ferramenta, *comentar*, é a forma mais evidente da conversação e de interação, pois

Trata-se de uma mensagem que é agregada através do botão da postagem original, é visível tanto para o autor da postagem quanto para os demais comentaristas, atores que “curtam” e compartilhem a mensagem e suas redes sociais. É uma ação que não apenas sinaliza a participação, mas traz uma efetiva contribuição para a conversação [...]. O comentário compreenderia assim uma participação mais efetiva, demandando um maior esforço e acontecendo quando os usuários têm algo a dizer sobre o assunto. (RECUERO, 2014, p.120)

Considerando o significado de cada uma das ferramentas de interação disponibilizadas pelo Facebook, analisar os comentários das postagens da Samarco nessa plataforma é a opção que trará mais evidências e informações acerca das respostas dos públicos diante do discurso organizacional disseminado. Para isso, a análise de conteúdo se torna um procedimento viável por estar relacionada com a explosão comunicacional vivida pela sociedade e, assim, permitir a aplicação em discursos e comunicações diversificadas para desmembrar as mensagens textuais e identificar parâmetros que colaborem com a compreensão de fatores analisados (BARDIN, 2011).

Para que isso seja possível, as técnicas dessa forma de análise devem seguir, de acordo com Bardin (2011), um sistema organizado a partir de procedimentos sistemáticos e objetivos a fim de permitir uma descrição, qualitativa ou quantitativa, do conteúdo das mensagens investigadas. A perspectiva quantitativa pode ser utilizada para demonstrar a frequências de elementos nas mensagens analisadas, enquanto a qualitativa seria a interpretação desses elementos a partir de determinadas características definidas (BARDIN, 2011), os dois aspectos foram utilizados na análise das postagens da Samarco. Primeiramente, os números das postagens, do alcance delas e a frequência de assuntos abordados foram quantificados para, posteriormente, os dados serem orientados e interpretados por meio do processo de categorização.

A categorização é um procedimento para a “classificação e reagrupamento das unidades de registro em número reduzido de categorias, com o objetivo de tornar inteligível a massa de dados e sua diversidade.” (FONSECA JÚNIOR, 2006, p.298). Para essa operação, os elementos são classificados e reagrupados a partir de determinados critérios escolhidos previamente (BARDIN, 2011), os quais foram definidos a partir dos assuntos e conceitos abordados na pesquisa bibliográfica e documental desenvolvida.

A partir da definição e descrição dos procedimentos metodológicos, nas próximas seções serão apresentados, respectivamente, o contexto e as consequências do rompimento das barragens da Samarco a partir dos dados levantados na pesquisa documental, o detalhamento e os resultados da análise de conteúdo de comentários em três postagens selecionadas e a discussão dos desafios organizacionais na sociedade conectada.

4.2 Pesquisa Documental: o rompimento da barragem da Samarco e seus impactos para a sociedade

Nos últimos anos, verifica-se que o uso das mídias sociais para realizar mobilizações em torno de questões públicas se intensificou no Brasil. O marco desse contexto pode ser considerado junho de 2013, quando o país viveu uma onda de manifestações marcadas, inicialmente, pelos atos do Movimento Passe Livre contra o aumento das tarifas do transporte público em São Paulo, mas que se ampliou por outras cidades do país e deu força e voz para outros manifestos. A força dessas manifestações foi resultado da divulgação incessante nas mídias sociais e da transmissão em tempo real dos atos por mídias alternativas.

Desde então, é possível reconhecer que houve um grande aumento de debates e compartilhamento de ideias nas redes sobre questões políticas e ideológicas, acompanhado pela profunda crise política que o país enfrenta. Diante disso, destaca-se que o maior acesso à informação, possibilitado pelo desenvolvimento da internet, e as potencialidades participativas das mídias sociais são fatores fundamentais para que os indivíduos consigam dar força às diversas causas e protestos que surgem na sociedade.

Nesse cenário, destacam-se, entre os diversos assuntos e polêmicas que viralizam na rede, as cobranças e questionamentos de organizações públicas ou privadas devido às decisões políticas dos governantes brasileiros, às descobertas de corrupção nessas organizações ou às incoerentes atitudes diante de questões que impactam a sociedade: disseminação de discursos machistas e preconceituosos, processos organizacionais antiéticos, problemas em processos de produção que afetam a qualidade de produtos fornecidos e ações que agridem socialmente, ambientalmente e economicamente toda a sociedade.

O acidente ambiental com a barragem de rejeito de minério da Samarco, em Mariana (MG), ocorre no contexto que os indivíduos possuem mais acesso à internet e utilizam as mídias sociais, dentre outras coisas, para disseminar suas opiniões. No caso da Samarco, a possibilidade de ter um espaço para dialogar com a empresa sobre o impacto gerado, cria condições para que essas opiniões, seja por meio de questionamentos, apoio à

empresa ou solicitação de informações, sejam expostas diante do discurso organizacional. Nessa dinâmica, é importante ressaltar que as opiniões são formadas por informações de diversas fontes disponíveis na internet, ou seja, por conteúdo jornalístico, ativistas, instituições, entre outras, as quais mostram perspectivas sobre um fato que podem influenciar no momento de diálogo com a organização.

O caso da mineradora em Minas Gerais é um exemplo dentre os impactos de diferentes proporções observados, em todo o mundo, devido à ação de organizações. Para o desenvolvimento de uma sociedade sustentável, é fundamental discutir e refletir sobre as responsabilidades organizacionais desses impactos em busca de atitudes mais conscientes. Acredita-se que o advento de uma sociedade conectada e com oportunidades de se tornar mais participativa possa, de alguma forma, construir relações com as organizações para cobrar, questionar e, até mesmo, evitar esses impactos.

Ao olhar para o Brasil, verifica-se uma série de exemplos e situações que demonstram falhas de organizações que trouxeram graves consequências para os indivíduos e para o meio ambiente. A Empresa Brasileira de Comunicação (EBC) fez um levantamento dos acidentes ambientais que já ocorreram no país e resultaram em graves consequências (RELEMBRE..., 2015), são eles:

- Em 1984, falhas em dutos subterrâneos da Petrobras derramaram 700 mil litros de gasolina em Cubatão (SP). Devido ao vazamento um incêndio atingiu uma favela e matou 93 pessoas.
- Em 1987, ocorreu em Goiânia (GO) o acidente radiológico com Césio-137. A substância radioativa foi encontrada por dois catadores de materiais recicláveis dentro de um aparelho de radioterapia, que estava abandonado em um antigo hospital. Sua manipulação contaminou pessoas, água, solo e ar na cidade, ocasionando mortes e sequelas.
- Em 2000, ocorreram dois acidentes envolvendo a Petrobras. O primeiro aconteceu após um acidente com um navio petroleiro no Rio de Janeiro, acarretando no vazamento de 1,3 milhão de litros de óleo na Baía de Guanabara. O segundo foi em Araucária (PR), onde houve um vazamento de 4 milhões de litros de óleo nos rios Barigui e Iguaçu. Ambos ocasionaram impactos para o ecossistema.
- Em 2003, uma barragem de rejeitos de celulose rompeu na região de Cataguases (MG), derramando 520 mil m³ de rejeitos compostos por resíduos orgânicos e soda cáustica. Os resíduos atingiram os rios Pomba e Paraíba do Sul,

impactando o ecossistema, à população ribeirinha e algumas áreas do Estado do Rio de Janeiro.

- Em 2007, uma barragem de mineração rompeu na região de Mirai (MG) derramando 2.280.000 m³ de resíduos do processo de lavagem da bauxita. Novamente, verificou-se um grande impacto para o ecossistema e para a população.
- Em 2011, a Chevron foi responsável pelo vazamento de 3,7 mil barris de óleo na Bacia de Campos (RJ), o que impactou a biodiversidade marinha da região.
- Em 2015, o combate a um incêndio na Ultracargo, em Santos (SP), fez com que efluentes líquidos poluissem o mar, manguezais e uma lagoa próxima ao terminal da empresa. Além da multa aplicada devido aos danos ambientais no estuário, a empresa foi multada pela emissão de gases poluentes, por colocar em risco a segurança das comunidades próximas, dos empregados e de outras instalações localizadas na mesma zona industrial.
- Em 2015, aconteceu o rompimento da barragem de rejeito de minério de ferro da Samarco, em Bento Rodrigues, distrito do município de Mariana, localizado no estado de Minas Gerais. Esse acidente foi considerado o maior acidente ambiental ocorrido no Brasil:

Especialistas destacam que a grandiosidade dos danos se deve à amplitude dos impactos ambientais, bem como à variedade e à extensão atingida. “Trata-se de um desastre que além de trazer incalculáveis prejuízos ambientais, também acarreta prejuízos sociais, econômicos e culturais”, avalia Gustavo Souto Maior, do Núcleo de Estudos Ambientais da Universidade de Brasília (UnB). “São várias as dimensões do desastre, que ainda estão ocorrendo. Não consigo ver na história do Brasil nada parecido em termos de proporção”, complementa o especialista. (RELEMBRE..., 2015, on-line)

Devido a proporção do acidente, o rompimento da barragem da Samarco torna-se um caso para refletir sobre as reações dos indivíduos diante dos impactos gerados pelas organizações na sociedade considerando o cenário conectado e, por isso, com maiores possibilidades de participação. A Samarco é uma empresa que está presente no Facebook desde outubro de 2015, um mês antes do acidente, e que, após o ocorrido utilizou esse espaço para divulgar informações sobre a situação da região, os impactos e ações desenvolvidas. As

publicações da empresa sobre o acidente tiveram um alcance considerável, ou seja, o público interagiu comentando, reagindo, compartilhando.

A Samarco é uma mineradora de capital fechado com o controle acionário dividido igualmente entre a Vale S.A. e a BHP Billiton Brasil Ltda., ambas estão entre as maiores empresas de mineração do mundo (CONHEÇA..., 2015). Sua sede corporativa localiza-se em Belo Horizonte, estado de Minas Gerais (Brasil), possui escritórios de venda no país e no exterior e duas unidades operacionais: a unidade de Germano, localizada em Mariana (Minas Gerais), onde é realizada a extração e beneficiamento do minério de ferro; e, a unidade de Ubu, localizada em Anchieta (Espírito Santo), onde ficam as usinas para produção das pelotas (A SAMARCO..., on-line).

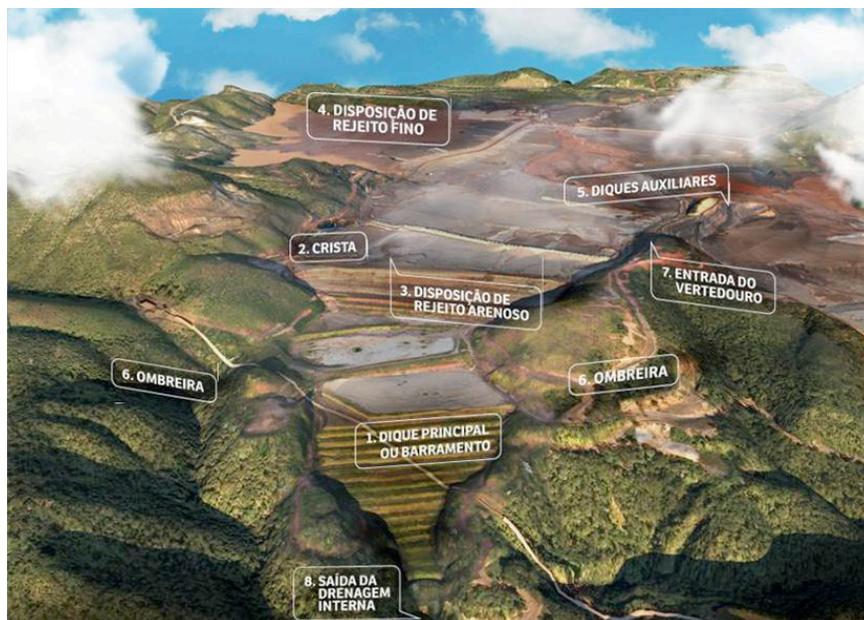
As pelotas de minério de ferro são “pequenos aglomerados (ou pellets) feitos de partículas ultrafinas de ferro, geradas a partir do beneficiamento do minério” (A SAMARCO, on-line). De acordo com a mineradora, elas são utilizadas para a produção do aço, fundamental para a construção civil, os meios de transporte (aviões, carros, navios, etc.), produtos eletrônicos, entre outros. Diante disso, por ser uma empresa que fornece produto base para muitas atividades, a Samarco possui uma representação importante na economia do país. Dados disponibilizados em seu site mostram que, em 2015, de acordo com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), a mineradora foi considerada a 12ª maior exportadora do Brasil, representando 1% do total e gerando uma receita de R\$1,9 milhão. A receita gerada impacta o Produto Interno Bruto (PIB), indicador que representa a atividade econômica de uma região, dos estados de Minas Gerais e Espírito Santo, equivalendo, respectivamente, a 1,5% e 6,4% do PIB.

Portanto, sua atividade possui, para os municípios onde está localizada, importantes resultados para a economia e desenvolvimento local. De acordo com a empresa, os impostos gerados correspondem a 54% da receita de Mariana (MG), 35% da receita de Ouro Preto (MG) e 50% da receita de Anchieta (ES) (A SAMARCO..., on-line). Furlan e Branco (2015) apontam que a Samarco exerce uma importante função para a economia local não apenas pelos valores que envolve sua atividade, mas também pelo número de empregos oferecidos e projetos de apoio à comunidade desenvolvidos, o que a torna muito reconhecida e respeitada na região.

Apesar de sua importância econômica, as operações da Samarco estão suspensas desde o rompimento de uma de suas barragens, o que causou graves impactos para a sociedade. A barragem de uma mineradora é utilizada para conter e armazenar os rejeitos

originados da extração do minério (A SAMARCO..., on-line). Na figura 1, é possível compreender como é formada a estrutura e sua função para a mineração:

Figura 1 – Estrutura de uma barragem¹



Uma barragem, portanto, é dividida em diversas partes que orientam no processo de beneficiamento de minério de ferro. Ela possui uma estrutura de contenção de rejeito (Dique principal ou Barreamento), locais onde são distribuídos os rejeitos (Crista, Reservatório de Rejeito Arenoso e Reservatório de Rejeito Fino) e estruturas de saída de água (Vertedouro e Drenagem Interna), que permitem a captação, tratamento e reutilização da água utilizada no processo de beneficiamento.

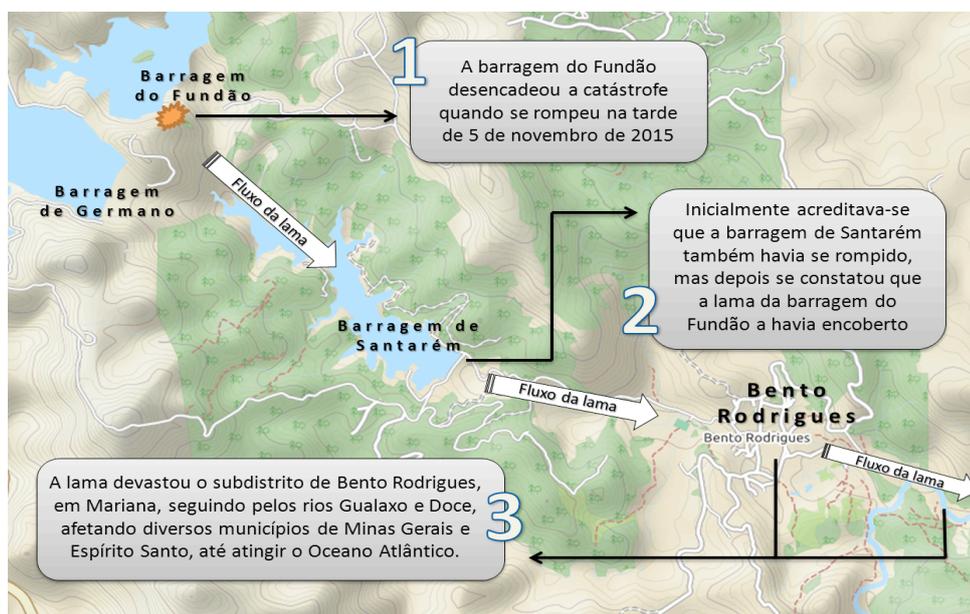
No dia 5 de novembro de 2015, a estrutura de contenção de rejeito da Barragem de Fundão, unidade de Germano, localizada em Mariana (MG), se rompeu, derramando 55 milhões de metros cúbicos de rejeitos, os quais, parte foram contidos pela barragem de Santarém e parte vazou, causando uma enxurrada de lama que seguiu pelos rios Carmo e Gualaxo do Norte, até chegar ao Rio Doce e ser despejada no mar do Espírito Santo (ROMPIMENTO..., on-line). O acidente destruiu distritos da cidade de Mariana e correu ao longo dos quase 700 km entre o local da ruptura e a foz do rio Doce, no Espírito Santo, causando danos ambientais e sociais” (COSTA, 2015, on-line).

O primeiro local atingido pelo rompimento da barragem foi Bento Rodrigues, distrito do município de Mariana, localizado a 8km da estrutura de Fundão

¹Disponível em: <<http://www.samarco.com/barragens/>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

(ROMPIMENTO..., on-line). No local, não haviam sirenes de emergência para alertar a população em caso de acidente, nem um plano de contingência a ser seguido, o que é comum e ideal para uma cidade próxima as instalações de uma mineradora e poderia ter causado menos consequências (BRANCO; VILLELA, 2016). Na figura 2, é possível verificar o trajeto que percorreu a lama de rejeito após o rompimento da barragem.

Figura 2 – Localização entre a barragem de Fundão e Bento Rodrigues²



De acordo com a empresa, 19 pessoas morreram, a maioria empregados da Samarco e moradores de Bento Rodrigues, famílias perderam suas casas, aproximadamente 2,2 mil hectares de propriedades rurais ficaram inundadas e impedidas de produzir. O impacto do rejeito foi registrado por uma extensão de 680 km do Rio Doce, mas, acredita-se que, nos primeiros 80 km, ele foi maior e mais intenso (ROMPIMENTO..., on-line), principalmente para o distrito de Bento Rodrigues, que ficou completamente destruído, como mostram as figuras 3 e 4.

²Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Rompimento_de_barragem_em_Mariana>. Acesso em: 29 jul. 2017.

Figura 3 – Foto de Bento Rodrigues após o acidente³



Figura 4 – Imagem de satélite de Bento Rodrigues antes e depois do acidente⁴



Mendonça (2016) aponta que das 195 propriedades rurais atingidas em Minas Gerais, 25 foram completamente devastadas; 14 toneladas de peixes mortos foram coletadas ao longo dos rios Carmo e Doce; a degradação atingiu aproximadamente 240,88 hectares de Mata Atlântica e 45 hectares de Mata Atlântica com eucalipto. Em relação à área atingida, o Ibama (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis) calcula que “a lama destruiu quase 1.469 hectares só nos primeiros quilômetros depois de ser expelida da barragem”, sendo “770,23 hectares área de preservação permanente” (COSTA, 2015, on-line).

³Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/seis-meses-apos-desastre-em-mariana-moradores-vivem-em-meio-devastacao-19225581>>. Acesso em 02 ago. 2017.

⁴Disponível em: <http://noticias.r7.com/embeds/gallery/564489f6596f999d7900b3bb?url=noticias.r7.com/minas-gerais/justica-de-mg-bloqueia-r-300-milhoes-na-conta-da-mineradora-samarco-13112015&disable_adv=false&PageSpeed=noscript#!/foto/1>. Acesso em: 02 ago. 2017.

Além dos impactos terrestres, o rejeito de minério se espalhou por toda a extensão do Rio Doce, deixando ele imerso em uma lama, como mostra a figura 5. De acordo com a Vale, ele é composto por resíduos e água gerados a partir do beneficiamento do minério de ferro, não contém componentes tóxicos e elementos químicos prejudicial à saúde (ENTENDA..., 2016). Porém, apesar de ser considerado inofensivo e não tóxico, D'Agostino (2015) aponta que uma análise realizada pelo serviço autônomo de água e esgoto de Governador Valadares (MG) no Rio Doce, após o rompimento, apresentou um alto índice de ferro e mercúrio, o que inviabiliza o tratamento da água, a torna tóxica e não própria para o consumo. Além disso, foram verificadas mudanças imediatas no rio que não condizem com os padrões de qualidade da água como a pluma de turbidez, que são partículas sólidas em suspensão, e a morte de animais, provavelmente, por asfixia (D'AGOSTINO, 2015).

Figura 5 – A lama no Rio Doce⁵



Com os impactos causados no rio, acredita-se que ecossistemas e espécies do rio, que já sofriam com a atividade de indústrias, agricultura e mineração, corram risco de extinção (BRANCO; VILLELA, 2016). Os reflexos podem ser registrados por um longo período, pois “de acordo com o pesquisador Marcos Freitas, do Instituto Virtual Internacional de Mudanças Globais, e que participa do Grupo de Recomposição da Bacia do Rio Doce, serão necessários anos ou possivelmente décadas para a recuperação da bacia”, que enfrentará consequências para toda a fauna e flora (BRANCO; VILLELA, 2016, on-line).

Em 22 de novembro de 2015, após 17 dias da ruptura, a lama derramada no rio Doce chegou ao mar de Regência (Figura 6), distrito do município de Linhares (Espírito Santo), trazendo riscos, também, para a biodiversidade marinha e tornando praias da região

⁵ Disponível em:

<<http://g1.globo.com/espírito-santo/desastre-ambiental-no-rio-doce/noticia/2016/12/cor-alaranjada-volta-foz-do-rio-doce-apos-chuvas-no-es.html>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

impróprias para banho (BORGES, 2015). Regência está localizada na foz do Rio Doce, onde existe uma alta concentração de biodiversidade e, por isso, é uma região de preservação ambiental que sobrevive da pesca e do turismo (turismo de pesca, de conservação e de surf) (RIO...2016).

Figura 6 – A lama em Regência⁶



Para o Projeto Tamar, que desenvolve atividade de conservação no local, a grande questão é que a região é um berçário de tubarão cabeça-chata, tubarão tigre e arraias, além disso, é o único local da costa brasileira que a tartaruga faz a desova, portanto, não é possível saber os efeitos, a curto e longo prazo, do rejeito para esses animais e toda a biodiversidade do local (RIO..., 2016). Acredita-se que os efeitos para o ser humano e para a fauna e flora podem ser bem diferentes.

É evidente que o rompimento da barragem, além de causar um grave impacto para o meio ambiente, afetou a vida de milhares de pessoas, ao longo de Minas Gerais e Espírito Santo, que dependiam do Rio Doce para o sustento econômico, o abastecimento hídrico e o lazer (ASSUMPCÃO; BLECHER, 2016). Foram, no total 39 cidades atingidas entre Minas Gerais e o Espírito Santo: os municípios mineiros de Mariana, Governador Valadares, Barra Longa, Sem Peixe, Rio Doce, Santa Cruz do Escalvado, Rio Casca, São Domingos da Prata, São José do Goiabal, São Pedro dos Ferros, Dionísio, Raul Soares, Córrego Novo, Pingo D'Água, Marileia, Bom Jesus do Galho, Caratinga, Timóteo, Santana do Paraíso, Bugre, Iapu, Coronel Fabriciano, Ipaba, Ipatinga, Belo Oriente, Naque, Periquito, Sobrália, Fernandes Tourinho, Alpercata, Tumiritinga, Galileia, Conselheiro Pena, Resplendor, Itueta, Aimorés; e

⁶ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/04/politica/1478293515_402075.html>. Acesso em 02 ago. 2017.

os municípios capixabas Baixo Guandu, Colatina e Linhares (ROMPIMENTO..., on-line). O trajeto que a lama de rejeito percorreu, pode ser verificado na figura 7:

Figura 7 – Municípios atingidos pelo rompimento da barragem de Fundão



Fonte: Rompimento..., on-line.

Levantamentos realizados pela Defesa Civil de Minas Gerais e pelo Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio doce, órgão vinculado ao Conselho Nacional de Recursos Hídricos, apontam que a população dos 39 municípios atingidos pelo rompimento sofreu com impactos causados no Rio Doce e no mar, estima-se que foram mais de 1 milhão de pessoas e cerca de 500 mil tiveram o abastecimento de água comprometido (COSTA, 2015). De acordo com os dados informados por Costa (2015), é difícil estimar o número real de pessoas atingidas, mas, com certeza, os municípios abastecidos pela água do Rio Doce e a população ribeirinha são os principais afetados. Além disso, não é possível prever os impactos para a fauna e flora da região e para o aquífero guarani, devido a sedimentação dos resíduos e absorção de toxinas, pois esses impactos dependem da análise do material derramado e do índice de metais pesados presentes na lama e serão observados ao longo dos anos (COSTA, 2015).

Após o rompimento da barragem, a Samarco teve sua licença para exercer atividades no município de Mariana (MG) suspensa pela secretaria do Meio Ambiente de Minas Gerais e o Ministério Público Estadual conduziu o início das investigações, “a principal hipótese cogitada pelo órgão para o desastre é o descumprimento de normas de segurança exigidas pelo licenciamento ambiental, especialmente sobre as obras de elevação

da barragem”, obras que objetivavam aumentar a capacidade de Fundão (BRANCO; VILLELA, 2016, on-line).

Diante disso, a Samarco, a Vale, a BHP Billiton e a VOGBR Recursos Hídricos e Geotecnia estão sendo acusadas por crimes: a Samarco, a Vale e a BHP Billiton foram acusadas por nove crimes contra o meio ambiente; a Samarco e a Vale por três contra a administração ambiental; e, a VOGBR por apresentação de laudo ambiental falso, pois emitiram um laudo enganoso sobre a estabilidade da barragem (MENDONÇA, 2016). Além disso, 22 pessoas físicas foram denunciadas, todas profissionais dessas empresas (MENDONÇA, 2016).

No âmbito político, foram realizados acordos entre Samarco, Vale e BHP com órgãos públicos para a reparação e recuperação socioambiental e socioeconômica. O principal deles foi o Termo de Transação e Ajustamento de Conduta (TTAC) assinado entre as três empresas, os governos federal e estaduais de Minas Gerais e Espírito Santo, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama), o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), a Agência Nacional de Águas (ANA), o Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), a Fundação Nacional do Índio (Funai), o Instituto Estadual de Florestas (IEF), o Instituto Mineiro de Gestão das Águas (IGAM), a Fundação Estadual de Meio Ambiente (FEAM), o Instituto Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos (IEMA), o Instituto de Defesa Agropecuária e Florestal do Espírito Santo (IDAF) e a Agência Estadual de Recursos Hídricos (AGERH) (SOBRE..., on-line). O acordo propõe o desenvolvimento de ações para atender os impactos causados pelo rompimento e, para isso, foi criada a Fundação Renova, instituição responsável pela criação, gestão e execução dos programas socioambientais e econômicos para reparar, restaurar e reconstruir as comunidades atingidas (SOBRE..., on-line).

Sobre as ações iniciais, uma reportagem realizada pela BBC Brasil (ONU..., 2015) afirma que a Organização das Nações Unidas (ONU) fez críticas ao governo brasileiro e às três empresas pela demora em dar respostas sobre os impactos causados pelo rompimento. Dentre as críticas, a ONU menciona a contradição nas informações divulgadas sobre o desastre, em especial a insistência da Samarco de que a lama não continha substâncias tóxicas. De acordo com a instituição, é preciso que as autoridades brasileiras discutam sobre a legislação vigente para a atividade mineradora no país, avaliando se ela cumpre com padrões internacionais de direitos humanos, incluindo o direito à informação. Isso, porque, é responsabilidade do estado informar a população sobre o impacto ambiental e a presença de substâncias tóxicas e responsabilidade das empresas envolvidas em respeitar os direitos

humanos. A ONU classifica “a tragédia como mais um exemplo de negligência de empresas em proteger os direitos humanos e traça um quadro desolador pós-desastre para as comunidades afetadas. (ONU..., 2015, on-line).

Diante disso, o Termo de Transação e Ajustamento de Conduta é uma forma para dar respostas, amenizar a situação vivida pelas comunidades e reverter o impacto causado para o meio ambiente. É fundamental que a Samarco, e suas acionistas, desenvolvam ações para atender aos inúmeros impactos causados. Alguns números e informações abordados em notícias e reportagens sobre o acidente, demonstram um pouco dos impactos e de como a Samarco deve agir para a recuperação.

A Samarco enfrenta cerca de 40 mil ações indenizatórias, sendo a maioria devido ao desabastecimento da população. As indenizações que estão sendo feitas são de “R\$ 1 mil por cada membro da família, com acréscimo de 10% para menores de 12 anos, idosos ou pessoas em condições de vulnerabilidade”. (FREITAS, 2017, on-line). Segundo a Samarco, cerca de 60 mil acordos estão sendo analisados extrajudicialmente e 20 mil já resultaram em indenização. Mas, para o Movimento dos Atingidos pela Barragem, o valor é irrelevante diante do caos que se tornou o abastecimento, além disso, o movimento acredita que acordos para agilizar indenizações provocam o “encerramento de uma discussão que deveria ser mais ampla e ainda pode fazer com que moradores desistam de pleitear reparações futuras.” (FREITAS, 2017, on-line).

Além das questões relacionadas ao abastecimento, os impactos socioeconômicos irão afetar muitas famílias. A Samarco adverte, a partir de um estudo, a amplitude desses impactos enquanto suas operações estiverem suspensas, pois aproximadamente, 20 mil empregos podem estar em risco, caso a empresa não volte a operar (A SAMARCO..., on-line). Na região de Linhares (ES), por exemplo, a agência Nacional de Vigilância Sanitária proibiu a atividade pesqueira (ALVES, 2017). De acordo com a mineradora, 3.535 cartões de auxílio foram cadastrados, mas, os pescadores afirmam que muitos estão sem receber e que o dinheiro não totaliza o que eles conseguiam com a atividade para o sustento da família, isso, porque, o peixe não rendia apenas dinheiro, os alimentava (ALBUQUERQUE; MACHADO, 2016).

Devido ao acidente, a Vale e BHP, além de cumprirem acordos para investimentos em recuperação, estão fornecendo recursos financeiros para apoiar os programas de suporte da Samarco, ações que trouxeram reflexos para as duas empresas. A Vale, por exemplo, teve redução do lucro no segundo trimestre de 2016 devido, principalmente, à provisão para a Samarco e, dentre outros fatores, à diminuição de

investimentos em relação ao primeiro trimestre desse ano, além disso ela não consegue prever quando a Samarco voltará a operar. (TREVIZAN, 2016).

Góes (2017) mostra que, diante da situação, a Vale alertou investidores de possíveis resultados adversos devido aos reflexos do rompimento da barragem da Samarco. As incertezas são consequências de processos judiciais que estão sendo enfrentados e que podem impactar negativamente os negócios da empresa. De acordo com a Vale, enquanto a Samarco não for autorizada a “retomar suas operações ou gerar fluxos de caixa suficientes para financiar medidas de reparação necessárias, segundo acordos já firmados com autoridades governamentais no Brasil, a empresa será obrigada a continuar financiando essas medidas de reparação”, o que pode afetar negativamente as condições e os resultados da empresa (GÓES, 2017, on-line).

O município de Mariana é mais um exemplo dos reflexos financeiros enfrentados devido ao rompimento da barragem da Samarco. De acordo com a administração da cidade, a arrecadação diminuiu e, um dos motivos, é a paralisação das atividades da mineradora e, como consequência, a prefeitura anunciou demissões de funcionários contratados e nomeados em diversas áreas (RODRIGUES, 2017).

Esses são alguns exemplos iniciais dos problemas socioeconômicos causados para a população, para a administração das cidades e, até mesmo, para a economia do país. Será preciso muitos programas da Samarco para reverter ou amenizar as consequências, principalmente, para as vítimas e para o meio ambiente. Em um documentário produzido por Pedro Serra e Hermano Beaumont (RIO..., 2016), os atingidos pelo rompimento da barragem ganham voz e contam um pouco da forma como a empresa está se relacionando e atuando diante tantos problemas causados. O documentário mostra que, muito além de perdas materiais, estão as perdas afetivas, ou seja, memórias e lembranças que foram levadas com a lama. As imagens do documentário e o depoimento dos atingidos evidenciam os impactos causados foram ambiental, social, econômico e cultural.

Economicamente, os impactos apontados no documentário referem-se à movimentação econômica de Mariana (MG), pois a atividade da Samarco está suspensa e tem importância financeira para a região; à destruição das zonas rurais e do comércio de Barra Longa (MG), por ser o sustento da população do município; e ao turismo em Regência (ES), principal fonte econômica do local.

Ambientalmente, afirma-se que o Rio Doce já estava ameaçado pela poluição e pelo processo de desertificação, mas com o rompimento da barragem isso foi acelerado, aumentando os impactos para a fauna e a flora. O número de peixes encontrados mortos ao

longo do rio confirma isso e o grande problema é que o rompimento ocorreu no período da piracema, época de reprodução dos peixes, por isso acredita-se que mais efeitos poderão ser registrados na fauna e flora.

Socialmente, o documentário, além de mostrar as condições que vivem os afetados, traz o depoimento da Deputada Estadual Celise de Lira, que informa que a Samarco não consegue atender a população na totalidade, e do Promotor de Justiça Randal Martins, que afirma que a mineradora não cumpre metade do estabelecido em acordos, por exemplo, em relação ao abastecimento de água para a população.

Culturalmente, os impactos apontados no documentário são sobre a destruição de um patrimônio arquitetônico religioso de Bento Rodrigues, sobre as lembranças e memórias da comunidade e sobre os indígenas que vivem em aldeias próximas ao Rio Doce, pois, eles dependem do sustento do rio e o rio tem um valor religioso e significados culturais. Em depoimento, um representante da Tribo Krenak declara que, quando o rompimento aconteceu, a tribo não recebeu informações e orientações sobre o impacto, sobre a gravidade e, inclusive, ficou sem abastecimento.

Para os atingidos que foram ouvidos no documentário, os programas sociais e de recuperação vão ser fundamentais para reerguer e reestruturar a vida deles e das comunidades. Porém, em reportagem realizada seis meses após o acidente, Assumpção e Blecher (2016) verificaram que:

- A maior parte da comunidade vive de forma desestruturada e com auxílio insuficiente da Samarco.
- Em Regência (ES), cidade que dependia da pesca e do turismo, pescadores foram empregados pela Samarco (recebendo um salário mínimo, mais 20% do salário por dependente e uma cesta básica) para fazerem o monitoramento do rio. Porém, não foi feito acordo com comerciantes e trabalhadores do turismo, os quais foram impactados e não possuem mais fonte de renda.
- A comunidade de Regência, por exemplo, aponta sobre a falta de transparência e participação nas decisões da Samarco. Os atingidos se sentem ignorados pela empresa e pelos governos federal e estaduais, pois as decisões tomadas não têm participação popular.
- Em Mascarenhas, uma pequena vila de pescador localizada próximo a estrada de ferro Vitória-Minas, os pescadores não foram empregados pela Samarco, recebem auxílio de um salário mínimo e uma cesta básica. Eles lutam por indenizações e soluções que ajudem a sobrevivência e substitua a atividade que

eles faziam antes do acidente. A comunidade também aponta que o governo não está envolvido em soluções para a população. Para conseguirem negociar, fazem protestos que param os trens da Vale.

- O povo indígena Krenac só conseguiu a distribuição de água potável por parte da Samarco com esses protestos.

Por outro lado, as informações oficiais da empresa apresentam números totais das ações desenvolvidas e os programas são realizados para reparar e recuperar danos sociais, ambientais e econômicos. De acordo com a Fundação Renova, 41 programas socioambientais e socioeconômicos estão em desenvolvimento (SOBRE..., on-line). Os programas socioambientais são voltados para a gestão dos rejeitos, recuperação e melhoria da qualidade da água; restauração florestal e produção de água; conservação da biodiversidade; segurança hídrica e qualidade da água; educação, comunicação e informação; preservação e segurança ambiental; gestão e uso sustentável da terra; e, gerenciamento do plano de ações. Já os programas socioeconômicos trabalham com a organização social; infraestrutura; educação, cultura e lazer; saúde; inovação; economia; e, gerenciamento do plano de ações.

Um relatório elaborado pela Samarco com o balanço de ações⁷ após um ano do rompimento da barragem de Fundação, aponta alguns números resumidos de ações socioambientais e socioeconômicas:

- 56 de 101 afluentes mapeados dos Rios Gualaxo e Carmo recuperados;
- 120 pontos de monitoramento da água, dos quais 81 nos rios Gualaxo, do Carmo e Doce, 8 em lagoas e 31 no oceano;
- 7 mil laudos de análise de água emitidos, aproximadamente. O total de parâmetros acumula mais 1,9 milhão de resultados indicativos de que a água do Rio Doce, em vários pontos, encontra-se igual à média histórica. Tal informação também foi confirmada em Laudo do Instituto de Gestão das Águas de MG (Igam) em agosto de 2016;
- 2 diques definitivos em construção para a contenção de rejeitos na área da empresa;
- 830 hectares revegetados emergencialmente nos municípios mineiros de Mariana, Barra Longa, Rio Doce e Santa Cruz do Escalvado;
- 12 de 16 áreas mapeadas com o risco de erosão em fase de recuperação (trabalho previsto para terminar em dezembro de 2017);

⁷Disponível em: <https://issuu.com/samarcomineracao/docs/dossie_um_ano_03-11_v4/11>. Acesso em: 29 jul. 2017.

- Mais de 640 reuniões realizadas nas cidades impactadas até setembro de 2016, com 23.435 presenças;
- 813 alunos das comunidades de Mariana e Barra Longa concluíram o ano letivo de 2015 e iniciaram o de 2016 sem comprometer o calendário escolar;
- 7.901 cartões de auxílio financeiro emergencial entregues para mais de 16 mil pessoas, entre titulares e dependentes, em MG e ES;
- 131 de 148 imóveis reformados em Barra Longa: 98 de 2 moradias e 33 de 36 pontos comerciais;
- 170 mil m³ de rejeitos removidos da área urbana de Barra Longa e fazendas de Gesteira;
- 278 metros de comprimento e 4 metros de altura – medidas do muro de contenção construído às margens do rio do Carmo em Barra Longa;
- 98 km de cercas construídas em propriedades rurais impactadas entre Mariana e Candonga;
- 5.500 toneladas de silagem para alimentação animal distribuídas em propriedades rurais de Mariana, Barra Longa, Ponte Nova, Rio Doce e Santa Cruz Escalvado;
- 150 hectares de culturas para substituição de forragem animal afetada e de pomares em 96 propriedades desses municípios;
- 7 mil animais impactados receberam algum tipo de assistência por parte da Samarco;
- 3 dragas fazem a retirada diária de cerca de 5 mil m³ de rejeitos da represa da Hidrelétrica Risoleta Neves, totalizando 500 mil m³ de rejeitos retirados até outubro de 2016;
- 2 mil bens arquitetônicos de igrejas, como peças sacras, documentos e tecidos, resgatados nas áreas impactadas;
- 3 terrenos escolhidos por meio de votação para o reassentamento dos distritos de Bento Rodrigues, Paracatu de Baixo e Gesteira; e,
- R\$1,1 bilhão total aproximado de investimento nas ações.

Apesar das ações divulgadas, a Samarco irá enfrentar, por muitos anos, as consequências do impacto gerado para a sociedade. O rompimento da barragem em Mariana (MG) é considerado, não apenas por órgãos públicos e instituições ambientais, o maior acidente ambiental do Brasil, mas também pela mídia, como pôde ser verificado em grande parte das reportagens e informações analisadas nesta pesquisa documental.

Uma ideia sobre a proporção e o alcance do acidente é que, em 2015, o desastre em Mariana foi o terceiro assunto mais pesquisado pelos brasileiros no Google, foram mais de 14 milhões de buscas por notícias sobre a tragédia ambiental (SPERANDIO, 2015, on-line). As informações mais buscadas foram: “o que aconteceu em Mariana?”, “Por que a barragem da Samarco se rompeu?” e “Como faço doações à cidade de Mariana?” (SPERANDIO, 2015, on-line)

Diante disso, pesquisas verificam que o acidente provocou não apenas os impactos para a sociedade, mas para a própria empresa e para a atividade mineradora. De acordo com Almeida (2015), a Samarco era reconhecida no Brasil como uma das empresas líderes em responsabilidade socioambiental, além de ter várias premiações, foi a primeira mineradora do mundo a ter uma certificação ISO 14001, referente à qualidade de gestão ambiental. Sua forte reputação foi confirmada, em 2014, pelo *Reputation Institute*⁸, que em sua pesquisa anual sobre reputação das empresas mostrou que “a Samarco alcançou o índice de 74,9 pontos numa escala de 0 a 100”, o que a tornava referência para o setor de mineração (ALMEIDA, 2015, on-line).

Porém, o rompimento da barragem e as consequências geradas evidenciam que “os padrões atuais da responsabilidade social corporativa não são suficientes para proteger a sociedade”, pois não basta excelência socioambiental, ISO ou forte reputação, é preciso “processos e modelos de negócios que gerem impacto positivo, regenerem a natureza e compartilhem o valor produzido” (ALMEIDA, 2015, on-line). Diante disso, obviamente houve reflexos para a reputação da Samarco e para a atividade mineradora e, além disso, aumentam os desafios para estabelecer confiança com os indivíduos.

Exemplo disso são os resultados da pesquisa anual, “Ranking de Sustentabilidade Empresarial - Melhores e piores empresas em responsabilidade socioambiental aos olhos dos brasileiros”, realizada pela empresa de pesquisa *Market Analysis*, que apontam uma visão negativa do brasileiro em relação à atuação responsável e sustentável do setor privado (CANTO, 2016). De acordo com a pesquisa, o acidente em Mariana é um dos motivos que provocou essa visão negativa, constatando uma grande rejeição pela Samarco.

Os impactos organizacionais diante de um acidente ou uma crise são inevitáveis, além deles, é preciso olhar para as graves consequências causadas para a sociedade.

⁸Empresa de pesquisa e consultoria sobre reputação que atende em todo o mundo. A proposta do Reputation Institute é fornecer aos executivos de comunicação e marketing de empresas globais uma metodologia para medir, comunicar e gerenciar a reputação. O instituto atende, aproximadamente, 400 clientes que estão entre as principais empresas globais. Disponível em: <<https://www.reputationinstitute.com/about>>. Acesso em: 04 ago. 2017.

Considerando as informações encontradas no desenvolvimento da pesquisa documental, verifica-se que, no caso da Samarco, os principais impactos para a sociedade foram: social, ambiental, econômico e político. Esses cinco pilares, ao acrescentar o organizacional, colaboraram para orientar a forma de análise dos comentários nas postagens para discutir sobre os desafios enfrentados pelas organizações na sociedade conectada diante de impactos causados. Para isso, encontra-se a seguir a análise do Facebook da Samarco, uma análise de conteúdo desenvolvida a partir das temáticas das postagens e da categorização das respostas realizadas pelo público que acompanhou as informações disseminadas pela empresa.

4.3 Análise de conteúdo das postagens realizadas pela Samarco

Como objetivo, esta pesquisa busca discutir sobre os desafios enfrentados pelas organizações em sua relação com a sociedade, considerando o cenário em que as mídias sociais permitem maior interação e participação dos indivíduos para questionar as atitudes organizacionais e seus impactos. Dessa forma, o propósito desta etapa da pesquisa é olhar para as interações, ou seja, os comentários realizados nas postagens da Samarco, para encontrar informações, por meio de uma análise de conteúdo, que orientem uma discussão de reflexos que a sociedade midiaticizada traz para as organizações.

Para o processo de análise de conteúdo foi realizado, primeiramente, um estudo exploratório para verificar o número de publicações da Samarco em sua página do Facebook, após o rompimento da barragem, a fim de reconhecer o universo de pesquisa e escolher um período de análise. Nesse estudo, verificou-se que foi durante os três primeiros meses após o acidente, novembro de 2015, dezembro de 2015 e janeiro de 2016, que a mineradora utilizou ativamente a plataforma para disseminar informações e dialogar com o público, pois, no período de um ano, houve uma grande diferença na quantidade de publicações realizada, como pode ser confirmado pelo quadro 1:

Quadro 1 – Publicações da Samarco entre novembro de 2015 e novembro de 2016

Meses após o acidente	Nº de publicações no Facebook da Samarco
Novembro - 2015	108
Dezembro – 2015	101
Janeiro – 2016	80
Fevereiro – 2016	12
Março – 2016	13
Abril – 2016	11
Maio – 2016	12
Junho – 2016	11
Julho – 2016	8
Agosto – 2016	9
Setembro – 2016	3
Outubro – 2016	2
Novembro - 2016	2

Fonte: Elaborado pela autora.

Considerando que o propósito desta pesquisa é olhar para as respostas realizadas para a empresa diante dos impactos causados, optou-se por analisar os três primeiros meses, pois, devido ao número de postagens publicadas, constata-se que esse foi o período de maior interação e contato com a sociedade. Diante disso, o levantamento apontou que, no período escolhido, foram publicadas 289 mensagens que somam 16.264 comentários, 27.233 compartilhamentos e 67.698 curtidas. Devido ao grande número de interações, foi necessário trabalhar com os dados a partir de duas perspectivas da análise de conteúdo: uma análise categorial das postagens e uma análise categorial dos comentários.

Bardin (2011) aponta que a análise categorial ou por categorias é uma das técnicas para o desenvolvimento da análise de conteúdo, que analisa os elementos, no caso as postagens e comentários, por meio de critérios que os agrupam e classificam a partir de um objetivo específico. Existem, de acordo com a autora, diversas formas de estabelecer esses critérios, sendo, uma delas, a categorização a nível semântico, a qual possibilita a investigação dos temas em comunicações, ou seja, “fazer uma análise temática consiste em descobrir ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição, podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido” (BARDIN, 2011, p.135)

Diante disso, a análise categorial temática orienta as duas perspectivas proposta na análise de conteúdo e foi utilizada como um processo orientador para a seleção das postagens

que tiveram os comentários analisados. Primeiramente, com a análise categorial temática das postagens buscou-se compreender os assuntos abordados pela Samarco para informar a sociedade, considerando como base das categorias os principais impactos apontados na pesquisa documental. A partir dela foi possível escolher as publicações de maior alcance e interação em cada um dos meses para que os comentários fossem analisados com mais profundidade.

Posteriormente, foi desenvolvida a análise categorial dos comentários objetivando reconhecer as respostas realizadas pelo público que acompanhou as informações disseminadas pela empresa. As categorias utilizadas para essa etapa da análise tiveram como base conceitos abordados na fundamentação teórica e os resultados verificados foram analisados a luz da fundamentação teórica para o desenvolvimento de reflexões que respondessem sobre os desafios enfrentados pelas organizações no cenário conectado.

Para assegurar confiabilidade nas duas análises, os dados utilizados do Facebook da Samarco foram coletados um ano após o acidente, em dezembro de 2016, pois entende-se que a dinâmica de circulação de conteúdo na rede pode alterar os números de alcance das postagens. Assim, aguardar esse período para a coleta teve como objetivo garantir a maior estabilidade possível dos números, considerando que postagens mais antigas, com algumas exceções, têm menos ou nenhuma interação e, portanto, não alteram significativamente o alcance. Diante disso, encontram-se nas próximas seções os resultados verificados nas análises das postagens e dos comentários.

4.3.1 Análise temática das postagens realizadas pela Samarco

O desenvolvimento de plataformas de interação e compartilhamento, como as mídias sociais, ampliaram as oportunidades de participação dos indivíduos em diversas questões da sociedade. Verifica-se que, nesse cenário, surgem condições para que os indivíduos se unam em torno de interesses comuns, sejam eles culturais, políticos, sociais, para interagir, se informar e, até mesmo, orientar suas escolhas. Essas possibilidades alteram a dinâmica de relacionamento entre organizações, públicas e privadas, e sociedade, pois permitem a aproximação para bons relacionamentos, mas também, para enfrentamentos.

Por esse motivo, organizações de diversos setores estão presentes nas mídias sociais para estabelecer contato com a sociedade demonstrando, por exemplo, o que ela pode oferecer e como ela atua. As interações nesse ambiente são desenvolvidas pela comunicação organizacional, a qual necessita, cada vez mais, não apenas informar, mas dialogar com os

indivíduos, que estão a cada dia mais participativos em diversos assuntos públicos na rede. Cria-se, portanto, o cenário em que comunicação adquire a perspectiva relacional, fortalecendo a interdependência entre discursos de organizações e sociedade.

Diante disso, a Samarco Mineração torna-se um interessante caso a ser analisado, pois sua presença nas mídias sociais, após um grande impacto causado para a sociedade, estabelece um cenário em que os indivíduos querem se informar e dialogar, utilizam a página da empresa para isso e a empresa permanece na rede, disseminando informações e atendendo solicitações. Assim, alguns dos fatores que explicam a importância de organizações estarem na rede é possibilitar, além da disseminação de atributos que as favorecem, o estabelecimento de uma relação em situações de crise. Nesse sentido, a Samarco utilizou sua página no Facebook como uma fonte de informação oficial sobre o ocorrido em Mariana (MG) e como um canal para responder aos indivíduos os questionamentos e posicionamentos. A proposta desta pesquisa não é discutir a respeito da forma como a mineradora utilizou o Facebook para estabelecer esse contato, nem mesmo julgar as estratégias de comunicação em situações de crise, mas olhar para essa mídia como uma oportunidade para que os indivíduos possam se relacionar com uma organização, diante de um impacto causado, para cobrar, dialogar e questionar suas atitudes.

Considerando que, após o rompimento da barragem, a Samarco publicou, entre os meses de novembro de 2015, dezembro de 2015 e janeiro de 2016, o total de 289 postagens, optou-se por categorizar todas as publicações em duas etapas: primeiro por temáticas das postagens e, posteriormente, por assuntos abordados. O primeiro procedimento de análise classificou todas as postagens a partir dos pilares de impactos reconhecidos na pesquisa documental (social, ambiental, organizacional, econômico e político) para compreender a frequência dos temas abordados pela empresa, pois entende-se que as informações transmitidas pela mídia é um importante fator para as organizações decidirem o que devem informar à sociedade por meio de seus discursos.

Ressalta-se que os pilares social, ambiental e econômico foram escolhidos por representarem as principais consequências causadas pelo rompimento da barragem para a sociedade, o pilar político pelo envolvimento dos governos e órgãos públicos nas cobranças e soluções diante do impacto causado pela empresa e o pilar organizacional por ser uma situação de crise para a Samarco, a qual necessita disseminar informações e dialogar não apenas para responder sobre os impactos, mas também para gerir seus ativos intangíveis, ou seja, trabalhar estratégias de imagem e reputação.

A categoria social refere-se aos impactos, consequências, ações e soluções registrados para a população dos 39 municípios atingidos entre Minas Gerais e o Espírito Santo. Portanto, foram considerados intrínsecos a essa temática os conteúdos publicados pela mineradora que abordaram informações gerais sobre a população afetada e o atendimento prestado para ela, o abastecimento e fornecimento de água e alimentos, as indenizações e acordos realizados com os atingidos, as formas de doações, as oportunidades de trabalho, a limpeza e infraestrutura das cidades atingidas pela lama. Na figura 8, é exposto um exemplo de postagem classificada como social:

Figura 8 – Postagem da temática social realizada pela Samarco⁹



A publicação escolhida como exemplo foi postada no dia 12 de novembro de 2015 e abordou sobre o fornecimento de água para a população de Governador Valadares (MG). Ela informa que a Samarco está atuando para atender as necessidades de abastecimento de água do município e, para isso, enviou ao Serviço Autônomo de Água e Esgoto, aproximadamente, 2,5 milhões de litros de água e 13 mil litros de água. Essa postagem teve 813 curtidas, 480 compartilhamentos e 406 comentários, sendo que, dentre as postagens do tema social, ela foi a de maior alcance. De modo geral, verifica-se que, no levantamento dos temas abordados, a temática social quando abordava sobre distribuição, fornecimento e abastecimento de água teve bastante repercussão.

A categoria ambiental está relacionada aos impactos, consequências, ações e soluções voltados para o meio ambiente, ou seja, recuperação e cuidados para toda a fauna e

⁹Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.166961355325460.1073741828.1669539876596161/1679320745618074/?type=3&theater>>. Acesso em 06 dez. 2016.

flora atingidas no rio e nas matas. Nessa temática, considerou-se os conteúdos com informações sobre a degradação, soluções e ações ambientais, pesquisas sobre as consequências para o meio ambiente, qualidade da água e toxicidade do rejeito, o monitoramento das barragens e o resgate e atendimento de animais. A figura 9 exemplifica a temática ambiental.

Figura 9 – Postagem da temática ambiental realizada pela Samarco¹⁰



A postagem foi publicada no dia 16 de novembro de 2015 e teve um alcance de 291 curtidas, 78 compartilhamentos e 79 comentários. Ela informa sobre as ações de monitoramento e resgate de animais silvestres, disponibilizando um link para o site da empresa, o qual noticia que as ações de resgate e monitoramento dos animais silvestres estão sendo realizadas nos estados de Minas Gerais e Espírito Santo com objetivo de preservar a fauna. A notícia traz dados sobre a localização que as ações estão sendo desenvolvidas nos dois estados e como está sendo o atendimento para peixes endêmicos e para os ameaçados de extinção.

Essa publicação não está entre as postagens de maior alcance sobre o meio ambiente, mas foi escolhida por caracterizar explicitamente informações sobre a atuação da empresa para recuperação e reparação ambiental. Além dela, também tiveram postagens sobre o monitoramento do rio, da pluma de turbidez e das barragens, atendimento de animais domésticos e de criação, programas de recuperação ambiental.

¹⁰Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1680236692193146/?type=3&theater>>. Acesso em: 06 dez. 2016.

A categoria política está associada a ação do governo federal e estaduais de Minas Gerais e Espírito Santo e de órgãos públicos, como, por exemplo, Ministério Público, Promotoria, Ministério da Justiça, Institutos de preservação ambiental e direitos humanos, diante dos impactos e consequências para a sociedade. A classificação dessa temática foi realizada a partir de conteúdos que se referiam ao relacionamento da Samarco com os governos e esses órgãos, à oficialização de acordos, às multas aplicadas devido aos impactos, ao andamento das investigações sobre o motivo do rompimento das barragens. A figura 10 apresenta uma das postagens de tema político.

Figura 10 – Postagem da temática política realizada pela Samarco¹¹



A postagem foi realizada no dia 17 de novembro de 2015 e teve o maior alcance nessa categoria: 286 curtidas, 78 compartilhamentos e 79 comentários. A publicação informa sobre o Termo de Compromisso Preliminar assinada pela mineradora com o Ministério Público Estadual e Federal para a destinação de R\$1 bilhão para custear ações preventivas ambientais e socioambientais de caráter emergencial, mitigatório, reparador e compensatório. A informação é acompanhada de um link para o site da empresa, o qual reforça a notícia e explica o prazo que a Samarco terá para destinar o dinheiro e como o uso dele será auditado.

A categoria econômica foi definida a partir das informações sobre as consequências e soluções diante de impactos que afetou questões financeiras dos locais atingidos e da Samarco. Assim, a temática relaciona-se aos conteúdos sobre ações e dados da

¹¹Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.166961355325460.1073741828.1669539876596161/1680420872174728/?type=3&theater>>. Acesso em: 06 dez. 2016.

economia dos municípios e estados atingidos, às consequências econômicas que afetam a população e aos assuntos sobre a atividade e operação da Samarco, como é exemplificado na figura 11.

Figura 11 – Postagem da temática econômica realizada pela Samarco¹²



O exemplo foi postado no dia primeiro de janeiro de 2016 e teve um alcance de 226 curtidas, 104 compartilhamentos e 24 comentários. A informação abordada é sobre parte da ação para restabelecimento do agronegócio nos municípios mineiros de Mariana, Barra Longa, Rio Doce e Santa Cruz do Escalvado. A postagem apresenta parte do que foi desenvolvido nos locais, como cercamento de terrenos, reparação de vias de acesso e reposição de bens materiais, e é acompanhada de um link para o site da Samarco para mais informações. No link, a notícia traz algumas informações sobre as etapas do plano de restabelecimento do agronegócio e a forma como a mineradora atenderá os pecuaristas e agricultores atingidos para que eles voltem a ser autossustentáveis.

Essa publicação não foi a de maior alcance, mas exemplifica claramente os impactos econômicos e traz uma ação específica sobre programas de recuperação das atividades econômicas nas regiões afetadas. As postagens econômicas também abordam sobre os acordos entre a Samarco e seus empregados, devido a paralisação das operações, e informam sobre algumas ações gerais para o desenvolvimento das regiões.

¹²Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.166961355325460.1073741828.1669539876596161/1692361587647323/?type=3&theater>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

Por último, a categoria organizacional refere-se à ação da Samarco para desenvolvimento e gerenciamento de sua imagem e reputação. Nessa temática, foram consideradas as informações publicadas que enalteciam o nome da empresa, ou seja, que não estavam associadas às consequências e soluções para os impactos causados, mas que promoviam a ação da mineradora diante deles. Assim, os principais conteúdos da temática foram os balanços de ações e as declarações e informes oficiais da Samarco. A figura 12 apresenta uma postagem como exemplo.

Figura 12 – Postagem da temática organizacional realizada pela Samarco¹³



A última categoria é exemplificada com uma postagem realizada no dia quatro de dezembro de 2015 com um alcance de: 353 curtidas, 269 compartilhamentos e 67 comentários. O conteúdo aborda as ações da Samarco para o atendimento humanitário e reparação de danos ambientais nas cidades do estado de Minas Gerais e do Espírito Santo que foram atingidas. A publicação acompanha um link para o site da Samarco, o qual direciona para uma notícia que apresenta uma declaração oficial da empresa diante do ocorrido e agradecimentos pela solidariedade das pessoas, além disso, traz números atualizados sobre as ações sociais e ambientais.

Não é a postagem de maior alcance da temática organizacional, mas o exemplo foi utilizado, pois o assunto balanço de ações teve alta incidência nessa categoria. As postagens, normalmente, atualizavam números das ações e atuação da empresa para mitigar os impactos. Além disso, nessa temática também foram consideradas informações oficiais da mineradora como coletivas de imprensa e declarações gerais.

¹³Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.166961355325460.1073741828.1669539876596161/1684407518442730/?type=3&theater>>. Acesso em: 08 dez. 2016.

Considerando as cinco categorias, as postagens realizadas pela Samarco foram classificadas, possibilitando a elaboração de um levantamento do número de vezes que cada um dos temas teve informações disseminadas. Diante disso, o quadro 2 apresenta a frequência das temáticas abordadas:

Quadro 2 – Frequência das temáticas abordadas

Temáticas	Nº de vezes abordadas
Organizacional	130
Social	105
Ambiental	35
Econômica	6
Política	6
Organizacional e Social	3
Organizacional e Econômica	2
Social e Ambiental	1
Social e Econômica	1

Fonte: Elaborado pela autora.

De um modo geral, destaca-se que as temáticas mais abordadas pela Samarco foram organizacional e social, sendo a primeira com maior frequência. Considerando os impactos causados pelo rompimento da barragem, esperava-se que o tema social e ambiental fossem os destaques e que os temas econômico e político fossem um pouco mais abordados. Diante da frequência do tema organizacional, presume-se que a mineradora buscou utilizar o Facebook como um espaço para disseminar informações que apoiassem a imagem da empresa.

Outro fator a ser destacado é que, dentre a categorização de temáticas das postagens no Facebook, sete foram classificadas por dois temas. Isso ocorreu, pois o conteúdo delas trazia mais de um tipo de informação, o que impossibilitou a definição de apenas um tema abordado. Foram verificados dois grupos: o grupo de postagens organizacionais que também apresentaram os temas social, econômico e ambiental; e, o grupo social que, abordaram o tema ambiental e econômico.

As postagens com os temas organizacional e social informavam, ao mesmo tempo, sobre a ação da Samarco frente aos impactos e ações sociais de interesse da população atingida sobre doações, apoio psicossocial, moradia e distribuição e qualidade da água. Um exemplo dessas postagens pode ser verificado na figura 13.

Figura 13 – Postagem Organizacional e Social¹⁴



Esse exemplo, postado pela empresa no dia oito de novembro de 2015, três dias após o acidente, apresenta um balanço da ação da Samarco para alocar as vítimas na rede hoteleira da região e, além disso, divulga atualizações sobre o local de recepção de doações para os atingidos. Devido ao balanço de ações, com números atualizados e o nome da empresa ressaltado, e devido as informações sobre doações, elas foram classificadas como organizacional e social.

As postagens com as temáticas organizacional e econômica, mesclaram informações de ações da empresa e informações sobre programas econômicos. Como exemplo, a figura 14, expõe uma publicação do dia 17 de janeiro de 2015, que abordou informações sobre as ações da Samarco para possibilitar a volta da produção de geleia de pimenta biquinho.

¹⁴Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.166961355325460.1073741828.1669539876596161/1677879309095551/?type=3&theater>>. Acesso em: 02 dez. 2016.

Figura 14 – Postagem Organizacional e Econômica¹⁵



A publicação informa que foi alugado um local, o qual está em reforma para cumprir exigências da Vigilância Sanitária, onde será alocada a Associação de Hortigranjeiros de Bento Rodrigues e terá um espaço, a partir das especificações de representantes da associação, para o plantio. Ela foi considerada econômica por tratar de um assunto importante para a economia local e também foi classificada como organizacional, pois está postada dentro de um álbum de balanço de ações da Samarco e é acompanhada pela *hashtag* “Fazer o que deve ser feito”, slogan utilizado pela empresa para disseminar sua ação.

As postagens classificadas como social e ambiental e social e econômica tiveram apenas uma publicação cada. Elas mesclam as características de cada um dos temas, e abordam, respectivamente, sobre água e atividades financeiras. A publicação com temática social e ambiental, exposta na figura 15, é do dia 15 de novembro de 2015 e trata sobre a limpeza de um reservatório de água que foi atingido pela lama e sobre o abastecimento de água para população que habita em área rural.

¹⁵Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1695015467381935.1073741833.1669539876596161/1698536440363171/?type=3&theater>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

Figura 15 – Postagem Social e Ambiental¹⁶



Ela foi considerada para as duas temáticas, pois, em relação ao reservatório da hidrelétrica de Candonga, a informação divulgada deixa subentendido que, além de um impacto social relativo à geração de energia elétrica, o impacto é ambiental devido a contaminação da água pelo rejeito de minério. Além disso, o tema social também foi verificado por meio da informação de abastecimento de água para a zona rural.

A postagem com característica social e econômica, exposta na figura 16, foi publicada em 16 de dezembro de 2015. Ela informa sobre uma frente de ação desenvolvida pela Samarco para possibilitar a inserção e volta das vítimas ao mercado de trabalho, além disso, ela informa que os comerciantes de Barra Longa (MG) retomaram as atividades.

Figura 16 – Postagem Social e Econômica¹⁷



¹⁶Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1680073845542764/?type=3&theater>>. Acesso em: 06 dez. 2016.

¹⁷Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1687894664760682/?type=3&theater>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

As temáticas social e econômica foram classificadas nessa postagem, pois ela aborda informações de impactos sociais diretos para as vítimas e de impactos para a economia de Barra longa (MG). Os impactos sociais são registrados nos dados sobre a frente de ação de ocupação, trabalho e renda, o que representa que as famílias atingidas perderam a fonte de renda e necessitam de auxílio para inserção e volta ao mercado de trabalho. A questão econômica se resume na informação sobre a volta da atividade de comerciantes do município, o que indica a volta da movimentação da economia local.

A partir do levantamento realizado para verificar a frequência das temáticas abordadas ao longo dos três meses, observou-se que, de um modo geral, houve uma mudança de temas abordados em cada mês. Diante disso, foi elaborado um quadro de análise para constatar e refletir sobre essa mudança, os resultados estão dispostos no quadro 3.

Quadro 3 – Frequência das temáticas por mês

		Frequência dos temas por mês		
		Novembro	Dezembro	Janeiro
Temáticas	Organizacional	24	52	54
	Social	55	38	12
	Ambiental	23	7	5
	Econômica	n/a	1	5
	Política	3	1	2
	Organizacional e Social	2	1	n/a
	Organizacional e Econômica	n/a	n/a	2
	Social e Ambiental	1	n/a	n/a
	Social e Econômica	n/a	1	n/a

Fonte: Elaborado pela autora.

Diante das informações expostas nesse quadro, é interessante observar a evolução dos temas abordados. Verifica-se, por exemplo, que a frequência da temática organizacional nos três meses se manteve, de um modo geral, alta e constante ao ser comparada com as temáticas social e ambiental que, a cada mês, tiveram menos postagens. Em relação aos temas econômico e político, destaca-se que o primeiro é abordado, principalmente, no mês de janeiro, considerando as postagens de temática apenas econômica e as postagens com características organizacional e econômica, já o segundo foi abordado de forma constante, pois a variação do número de postagens entre os meses é baixa. Porém é importante ressaltar que, no total, os temas econômicos e políticos foram pouco disseminados.

Analisando essas temáticas, nota-se que houve diferença no que foi abordado no Facebook da Samarco durante o período analisado, sendo que no primeiro mês, novembro de 2015, o conteúdo com característica social teve maior destaque, seguido por um número

semelhante entre o conteúdo organizacional e ambiental. No segundo mês, dezembro de 2015, as postagens organizacionais praticamente dobram, enquanto as sociais têm uma queda e as ambientais caem significativamente. Por último, no terceiro mês, janeiro de 2016, as postagens com temática organizacional e ambiental mantêm a frequência de dezembro, mas as sociais possuem, novamente, uma queda.

Fazendo tal observação, foi possível analisar de forma inicial e exploratória que a evolução de temática foi acompanhada de mudanças nos assuntos abordados. Assim, verificou-se que no primeiro mês, as mensagens eram informativas sobre a situação dos locais atingidos, das vítimas e sobre as soluções emergenciais; no segundo mês, elas abordaram, além dessas informações, as ações e programas em desenvolvimento para mitigar os impactos causados na sociedade; no terceiro mês, o que mais chamou a atenção é que grande parte do conteúdo informava sobre os números alcançados com as ações desenvolvidas pela Samarco, além da mobilização da empresa e seus empregados para atender à sociedade e sobre ações culturais realizadas.

Considerando que a análise das temáticas das postagens demonstrou uma alteração de assuntos disseminados pela mineradora, optou-se por realizar uma segunda etapa de categorização para reconhecer os assuntos abordados e agrupá-los em conjuntos de informações transmitidas e dialogadas com a sociedade. Para isso, cada uma das 289 publicações foi analisada a partir de um procedimento com três etapas: primeiro os assuntos das postagens foram verificados e expressados com palavras-chave; segundo, as palavras-chave foram unificadas em expressões-chave, as quais representaram o assunto geral abordado pela postagem; por último, devido a relação entre os assuntos, foi possível agrupar as postagens em categorias que resumiram as principais informações disseminadas pela Samarco. Diante desse procedimento, o quadro 4 apresenta os grupos de informações transmitidos e dialogados com a sociedade e a frequência com que cada um deles foi abordado.

Quadro 4 – Informações abordadas nas postagens

Informações	Nº de postagens
Ações realizadas para reparação e recuperação dos impactos	69
Ações e informações de fornecimento de água para as regiões afetadas	61
Ações de atendimento às vítimas devido aos impactos sociais	45
Ações para atendimento dos animais	20
Comunicados oficiais da Samarco	14
História dos empregados da Samarco	14
Ações para recuperação ambiental	10
Ações culturais	10
Informações sobre o rejeito de minério	9
Ações de Infraestrutura	9
Ações socioambientais	8
Medidas para o impacto econômico	8
Monitoramento das barragens	5
Serviço de atendimento	5
Ações de saúde para as vítimas e locais atingidos	2

Fonte: Elaborado pela autora.

Foram verificados 15 grupos de informação, que possuem características específicas definidas a partir dos assuntos abordados pela Samarco nas postagens no Facebook. No geral, esses assuntos tratam das principais frentes de ação para vítimas, comunidades e meio ambiente, porém, dentre eles, tiveram três grupos com frequência significativa de postagens que se referem aos balanços de ações realizadas pela Samarco, às informações relacionadas ao fornecimento de água para a população e ao atendimento das vítimas.

O primeiro grupo de informação é nomeado como *ações realizadas para reparação e recuperação dos impactos* e teve maior frequência entre as informações disseminadas. De modo geral, os assuntos que envolveram essas informações estão associados aos balanços de ações realizados pela mineradora para apresentar os números das ações voltadas para as vítimas, comunidades e meio ambiente, são eles: dados das primeiras ações realizadas logo após o acidente; mapa interativo de ações desenvolvidas em todas as cidades afetadas e disponibilizado no site; balanço de ações com informações gerais e de diversos assuntos; balanço de ações específicos sobre o atendimento às vítimas, atendimento psicossocial, moradia, escola, distribuição e abastecimento de água, ações para saúde pública, postos de atendimento, capacitação profissional, manutenção, estrutura e apoio nas cidades, construção de pontes, resgate e atendimento de animais, recuperação ambiental, monitoramento das barragens e do Rio Doce, auxílio financeiro e indenizações, reuniões com

a comunidade, postos de atendimento e balanço de ações sobre a mobilização de empregados e terceirizados. A figura 17 apresenta um exemplo de postagem classificada nesse grupo que aborda informações sobre o atendimento das vítimas e animais na região do acidente.

Figura 17 – Grupo de Informação: Ações realizadas para reparação e recuperação dos impactos¹⁸



O segundo grupo de informações é composto pelas *ações e informações de fornecimento de água para as regiões afetadas*. Nele encontram-se todas as notas informativas referente à água disponibilizada para a população que teve o abastecimento suspenso devido a lama de rejeito que contaminou os rios. Os assuntos encontrados são sobre: ações preventivas de distribuição; informações do abastecimento, qualidade, tratamento e distribuição de água; e, divulgação do Plano de Emergência para abastecimento em regiões afetadas. A figura 18 exemplifica uma postagem do grupo informando sobre os pontos de distribuição de água em Colatina (ES).

¹⁸Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.166961355325460.1073741828.1669539876596161/1699713043578844/?type=3&theater>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

Figura 18 – Grupo de Informação: Ações e informações de fornecimento de água para as regiões afetadas¹⁹



O terceiro grupo de informações, dentre os que tiveram maior destaque, é referente às *ações de atendimento às vítimas devido aos impactos sociais*. Ele é composto por assuntos relacionados às frentes de ações específicas para as vítimas do acidente informando sobre o apoio oferecido a elas. Dentre os assuntos abordados estão: informações gerais sobre o atendimento às vítimas; informações sobre doações; ações desenvolvidas para possibilitar o retorno das escolas e disponibilizar moradia para os atingidos; ação para refazer documentos pessoais; ações de formação profissional e divulgação de oportunidades de emprego com propósito de mitigar impactos econômicos causados às vítimas; informações sobre disponibilização e negociação de auxílio financeiro e indenizações; e, informações sobre o apoio psicossocial aos atingidos. A publicação que exemplifica esse grupo, figura 19, apresenta informações sobre o apoio psicossocial oferecido aos atingidos.

¹⁹Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.166961355325460.1073741828.1669539876596161/1681850568698425/?type=3&theater>>. Acesso em: 07 dez. 2016.

Figura 19 – Grupo de Informação: Ações de atendimento às vítimas devido aos impactos sociais²⁰



O grupo de informações sobre *ações para atendimento dos animais* aborda todos os assuntos referentes ao tratamento e resgate de animais domésticos, de criação e silvestres, que foram atingidos diretamente pela lama, ou seja, os que estavam localizados na região de Bento Rodrigues, onde houve uma grande área inundada, e os que habitam no rio, e os animais atingidos indiretamente, ou seja, que habitam próximo às margens do Rio Doce. As principais informações disseminadas nesse grupo referem-se ao atendimento desses animais, ao resgate, ao mapeamento deles nas regiões de difícil acesso e, especificamente ao resgate e monitoramentos de animais silvestres, como pode ser verificado no exemplo apresentado na figura 20.

Figura 20 – Grupo de Informação: Ações para atendimento dos animais²¹



²⁰Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1692362800980535/?type=3&theater>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

²¹Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/posts/1688806041336211>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

Outro grupo é o de *comunicados oficiais da Samarco*, o qual é composto basicamente pelas notas e declarações que envolvem a empresa e seus representantes. As principais informações disseminadas são: nota oficial sobre o rompimento; coletivas de imprensa com os representantes da Samarco, da Vale e da BHP Billiton; informações sobre a visita dos representantes das empresas nas áreas afetadas; declaração oficial dos acionistas; declaração oficial e informações sobre as condições das outras barragens da Samarco; declarações e notas sobre questões relacionadas à moradia, atendimento prestado à comunidade e qualidade da água e informações sobre o plano de emergência da mineradora. A figura 21 demonstra uma publicação desse grupo de informação que aborda esclarecimentos oficiais sobre a estabilidade da barragem de Fundão e medidas de segurança adotadas devido à movimentação de resíduos.

Figura 21 – Grupo de Informação: Comunicados oficiais da Samarco²²



O grupo de informação sobre *ações socioambientais* aborda assuntos referentes aos impactos que afetaram o meio ambiente e refletiram em consequências para a população. Nesse grupo, são abordadas as ações gerais para reparar e recuperar os impactos socioambientais; sobre ações de capacitação profissional para possibilitar o tratamento de água; ações realizadas para reverter danos ao reservatório da hidrelétrica de Candonga, que teve as operações afetadas; e, informações sobre o termo de compromisso socioambiental assinado pela empresa. A figura 22, por exemplo, mostra uma publicação da Samarco que aborda a capacitação de profissionais para o tratamento de água.

²²Disponível em:

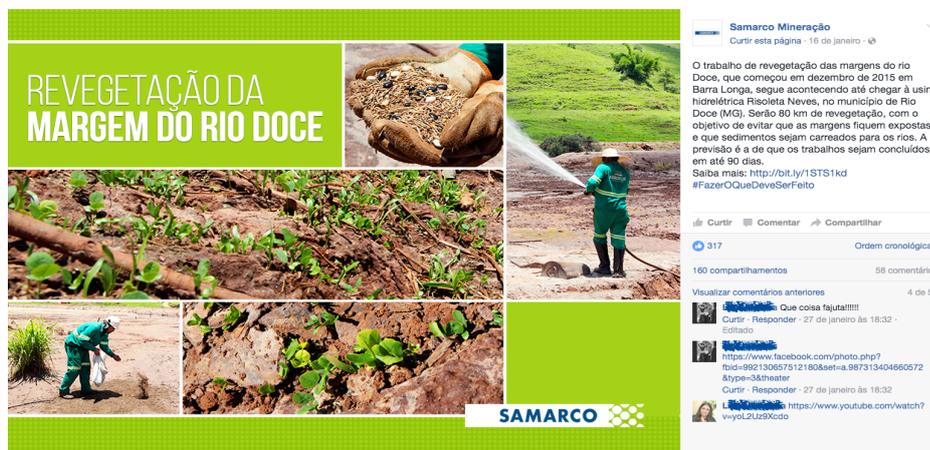
<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.166961355325460.1073741828.1669539876596161/1701784053371743/?type=3&theater>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

Figura 22 – Grupo de Informação: Ações Socioambientais²³



O grupo de informações que aborda sobre reparação e recuperação dos danos ambientais, nomeado de *ações para recuperação ambiental*, é composto pelos seguintes assuntos: informação sobre o uso de instrumento para monitoramento ambiental; informações sobre o monitoramento da qualidade da água do Rio Doce, dos animais que habitam o rio e dos impactos causados para a fauna e flora dele; e, ações e programas desenvolvidos para a recuperação do Rio Doce. A figura 23 exemplifica o grupo com informações sobre o trabalho de revegetação que está sendo realizado para recuperar a margem do rio.

Figura 23 – Grupo de Informação: Ações para recuperação ambiental²⁴



²³Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1691924117691070/?type=3&theater>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

²⁴Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1697996697083812/?type=3&theater>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

O grupo de informações nomeado como *medidas para o impacto econômico* trata de assuntos sobre ações e programas para mitigar os impactos econômico causados aos municípios atingidos e aos empregados da Samarco. As postagens são sobre os programas desenvolvidos para inserção ao mercado de trabalho, informações sobre as atividades comerciais nos municípios atingidos; informações dos acordos entre Samarco e seus empregados devido à paralisação das operações; e, planos para produtores locais retomarem as atividades. A publicação apresentada na figura 24 é um exemplo desse grupo que aborda sobre as negociações com os empregados da mineradora para estabelecimento de acordos trabalhistas diante da suspensão das operações da empresa.

Figura 24 – Grupo de Informação: Medidas para o impacto econômicos²⁵



Os sete últimos grupos de informação, apesar de serem disseminados com frequência variada pela Samarco, são compostos por poucos assuntos que os envolvem. Assim, verificou-se que o grupo:

- *Informações sobre o rejeito de minério* apresenta, basicamente, dados sobre a análise de toxicidade do rejeito e monitoramento da pluma de turbidez no Rio Doce e no mar;
- *Ações de infraestrutura* refere-se às ações de manutenção das cidades (limpeza de áreas públicas e do sistema de captação de esgoto, reconstrução de casas) e de reconstrução de pontes de acesso para as cidades e áreas rurais;
- *Monitoramento das barragens* aborda dados sobre a estabilidade das barragens da mineradora e as medidas de segurança adotadas;

²⁵Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.166961355325460.1073741828.1669539876596161/1697690613781087/?type=3&theater>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

- *Ações de saúde para as vítimas e locais atingidos* trata sobre a contratação de agente de saúde, atendimento básico de saúde para as vítimas e orientações dos cuidados com a dengue;
- *Ações culturais* informam sobre a campanha de natal desenvolvida para a população atingidas e os projetos culturais realizados em locais públicos para a comunidade;
- *Serviço de atendimento* informa sobre os canais de atendimento que a Samarco possui e os postos de atendimento disponibilizados nos municípios mineiros e capixabas para atendimento à população impactada; e,
- *História dos empregados da Samarco* composto por uma série de informações sobre quem são alguns dos empregados e como ele estão agindo, atuando e ajudando para reparar e recuperar os danos socioambientais e socioeconômicos causados pelo rompimento da barragem.

A partir da análise dos grupos de informações abordados, que possibilitou reconhecer os assuntos disseminados, foi realizado um levantamento da frequência de publicações em cada um dos meses de análise. Esse levantamento teve como objetivo avaliar a questão da alteração dos assuntos disseminados pela Samarco ao longo dos meses. Como apresenta o quadro 5, verificou-se que:

Quadro 5 – Frequência das informações disseminadas por mês

		Mês		
		Nov.	Dez.	Jan.
Informações	Ações realizadas para reparação e recuperação dos impactos	10	26	33
	Ações e informações de fornecimento de água para as regiões afetadas	33	24	4
	Ações de atendimento às vítimas devido aos impactos sociais	22	16	7
	Ações para atendimento dos animais	7	11	2
	Comunicados oficiais da Samarco	11	2	1
	História dos empregados da Samarco	0	7	7
	Ações para recuperação ambiental	5	2	3
	Ações culturais	0	2	8
	Informações sobre o rejeito de minério	7	1	1
	Ações de Infraestrutura	3	3	3
	Ações socioambientais	4	1	3
	Medidas para o impacto econômico	0	1	7
	Monitoramento das barragens	4	1	0
	Serviço de atendimento	1	3	1
	Ações de saúde para as vítimas e locais atingidos	1	1	0

Fonte: Elaborado pela autora.

A frequência de postagens dos grupos de informação em cada mês evidencia a evolução dos assuntos nas postagens da Samarco ao longo do período de análise. Verifica-se, por exemplo, que o grupo de maior frequência, *ações realizadas para reparação e recuperação dos impactos*, variou o número de publicações em cada mês, tendo maior frequência em janeiro de 2016. O grupo de *ações e informações de fornecimento de água para as regiões afetadas* também tem a variação marcada, principalmente, nos dois primeiros meses (Novembro e Dezembro de 2015) quando é publicado mais vezes, porém, no último mês, sua frequência cai significativamente. O terceiro grupo com maior número de postagens, *ações de atendimento às vítimas devido aos impactos sociais*, teve uma evolução decrescente ao longo dos meses, sendo mais abordado em novembro.

Além dos três grupos de informações mais disseminados pela empresa, os demais grupos também tiveram variações e demonstram as mudanças de informações transmitidas. Alguns deles, como por exemplo, *ações de saúde para as vítimas e locais atingidos e monitoramento das barragens*, foram publicados apenas nos dois primeiros meses, enquanto o grupo de *histórias dos empregados da Samarco, ações culturais e medidas para o impacto econômico*, apenas nos dois últimos meses. Os grupos *comunicados oficiais da Samarco e informações sobre o rejeito de minério* foram disseminados com maior frequência no primeiro mês, depois as publicações diminuíram, e os grupos *ações para atendimento dos animais e serviço de atendimento* tiveram maior frequência de disseminação dos assuntos no mês de dezembro. Por último, verifica-se que as publicações de *ações para recuperação ambiental, ações socioambientais e ações de infraestrutura* se mantiveram constantes em todo o período de análise.

Reconhecer a disseminação de informações em cada um dos meses de análise sugere que houve questões que necessitaram de maior atenção em um determinado momento e que outras surgiram com o passar dos dias, pois podem ter sido estimulados por resultados de ações desenvolvidas pela empresa e, até mesmo, pela influência da mídia e dos indivíduos na rede em cobrar ações e soluções. Outro ponto interessante é que, com a alteração dos assuntos disseminados, é possível perceber a relação entre os grupos de informações e as principais temáticas abordadas pela Samarco em suas publicações no Facebook. Para isso, a tabela 1 foi elaborada objetivando apresentar a frequência dos grupos de informação comparados com as temáticas associadas aos assuntos das postagens de cada grupo.

Tabela 1 – Relação entre temáticas e informações

	Temáticas									
	Org.	Soc.	Amb.	Eco.	Pol.	Org. e Soc.	Org. e Eco.	Soc. e Amb.	Soc. e Eco.	
Grupos de informação	Ações realizadas para reparação e recuperação dos impactos	63	5	1	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	Ações de atendimento às vítimas devido aos impactos sociais	12	27	n/a	1	3	2	n/a	n/a	n/a
	Ações e informações de fornecimento de água para as regiões afetadas	2	56	2	n/a	n/a	n/a	1	n/a	n/a
	Comunicados oficiais da Samarco	13	n/a	n/a	n/a	1	n/a	n/a	n/a	n/a
	Ações para atendimento dos animais	10	n/a	10	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	Ações socioambientais	2	2	1	n/a	2	n/a	n/a	1	n/a
	Ações para recuperação ambiental	2	n/a	8	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	Informações sobre o rejeito de minério	n/a	1	8	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	Medidas para o impacto econômico	n/a	n/a	n/a	5	n/a	n/a	2	n/a	1
	Ações de Infraestrutura	1	8	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	Monitoramento das barragens	n/a	n/a	5	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	Ações de saúde para as vítimas e locais atingidos	n/a	2	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	Ações culturais	10	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	Serviço de atendimento	1	4	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	História dos empregados da Samarco	14	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir da associação entre grupos de informações e temáticas, observa-se que os assuntos disseminados pela Samarco estão relacionados, basicamente, às três temáticas de maior frequência: organizacional, social e ambiental. As três temáticas podem ser verificadas em uma variedade de grupos, sendo mais um indício daquilo que a empresa considerou mais importante para ser informado à sociedade.

Considerando isso, verifica-se que a temática organizacional foi classificada em quase todos os grupos de informação, com exceção dos grupos de *informações sobre o rejeito de minério; medidas para os impactos econômicos; monitoramento das barragens; e, ações de saúde para as vítimas de locais atingidos*. Destaca-se que o grupo de informação *ações realizadas para reparação e recuperação dos impactos* foi o de maior frequência nessa temática, sendo que nele o principal assunto abordado são os balanços de ação.

A temática social foi verificada nos grupos de informação que abordam ações ou impactos diretos para a população, são eles: *ações realizadas para reparação e recuperação dos impactos; ações de atendimento às vítimas devido aos impactos sociais; ações e informações de fornecimento de água para as regiões afetadas; ações socioambientais; informações sobre o rejeito de minério; ações de Infraestrutura; ações de saúde para as vítimas e locais atingidos; e, serviço de atendimento*. A maior frequência de postagem dessa temática foram os assuntos do grupo de *ações e informações de fornecimento de água para as regiões afetadas*, mas o grupo que trata das *ações de atendimento às vítimas devido aos impactos sociais* também teve destaque.

A terceira temática, ambiental, é frequente nos grupos de *ações realizadas para reparação e recuperação dos impactos; ações e informações de fornecimento de água para as regiões afetadas; ações para atendimento dos animais; ações socioambientais; ações para recuperação ambiental; informações sobre o rejeito de minério; e, monitoramento das barragens*. Esses grupos de informação estão associados aos assuntos que tratam dos principais impactos ambientais para a fauna e a flora do rio e da área terrestre atingida.

Já as demais temáticas, econômica, política, organizacional e social, organizacional e econômica, social e ambiental, e, social e econômica, são menos frequentes nas postagens, porém é possível verificar que aparecem associadas aos grupos de informação que abordam assuntos específicos sobre elas como, por exemplo, o grupo de informação *medidas para os impactos econômicos*, o qual possui as postagens associadas apenas às temáticas: econômica, organizacional e econômica, e, social e econômica. De um modo geral, as temáticas menos frequentes aparecem nas informações disseminadas sobre as vítimas, que envolvem ações para impactos e fornecimento de água, ações socioambientais e comunicados oficiais.

Considerando a análise das temáticas das postagens e o reconhecimento das principais informações transmitidas pela mineradora, a relação entre grupos de informação e temática confirma que o uso de postagens com intenções de disseminação do comportamento e atitude da Samarco diante do ocorrido teve um grande destaque no período analisado.

Normalmente, as informações mais frequentes foram os balanços de ações, quase sempre associados ao tema organizacional e do grupo *ações para recuperação e reparação dos impactos*, e as informações sobre ações para as vítimas com maior foco para o atendimento, água, moradia e auxílios em geral. Diante de um panorama dos maiores alcances e frequências de temas e assuntos na análise em geral, também cabe destacar que o tema ambiental e as informações sobre ações para reparação e recuperação do meio ambiente foram, de certa forma, pouco disseminadas ao considerar os impactos e consequências causados para a natureza por causa do acidente.

Entende-se que os temas abordados e as informações disseminadas nas postagens da Samarco representam o discurso da empresa e refletem o que ela considera interessante ser divulgado. Porém, ao transmitir todos esses assuntos nas mídias sociais, um espaço que amplia as possibilidades de interação e diálogo, acredita-se que o que foi publicado pela mineradora possa ser reafirmado pelos indivíduos, mas também questionado por eles a partir do contexto que estão envolvidos em relação ao acidente, das informações que recebem de diversas fontes e das interações que participam na rede. Diante disso, reflete-se sobre como a participação desses indivíduos pode afetar tanto o discurso disseminado pela empresa, quanto suas ações e, até mesmo a ação de outras instituições, como a imprensa e órgãos públicos.

Nesse cenário, surgem algumas questões: será que comentários, as respostas dadas para os discursos da Samarco, influenciam em seu discurso? Mas, antes disso, será que existe um enfrentamento dos indivíduos, ainda que não seja organizado, das informações disseminadas pela empresa? O que um enfrentamento pode indicar sobre o presente e futuro da relação entre as mais diversas organizações com a sociedade diante de impactos que elas causam ao ambiente comum? Em busca de indícios que colaborem para responder essas questões, foi desenvolvida a análise dos comentários nas postagens ao longo dos três meses escolhidos.

4.3.2 Análise dos comentários nas postagens da Samarco

Por meio da análise categorial temática das postagens verificou-se, de forma inicial e exploratória, que os comentários envolveram determinadas respostas frequentes nos diversos temas e assuntos disseminados pela empresa, ou seja, independente da postagem é possível ter um panorama de como os indivíduos responderam aos discursos da Samarco em sua página do Facebook. Assim, a partir da análise de temas e informações das postagens, optou-se por escolher as publicações com o maior alcance para analisar os comentários

realizados pelos indivíduos com mais profundidade e discutir as questões propostas nesta pesquisa.

Diante disso, analisou-se a publicação com maior número de comentários de cada mês, sendo que, coincidentemente, as três referem-se à temática organizacional e foram publicadas em um intervalo de, aproximadamente, 30 dias. No total, as três postagens selecionadas somam 863 comentários e todos eles foram analisados a partir de critérios estabelecidos, sendo descartados os comentários não interpretáveis, formados por palavras e expressões não compreensíveis, e comentários sem contexto, que não estão relacionados com o assunto disseminado pela Samarco ou com as interações geradas por ele.

Para orientar o procedimento de análise foram criadas, primeiramente, categorias com base nos conceitos estudados na fundamentação teórica, que envolveram reflexões sobre as mudanças nas organizações com o advento das tecnologias de informação e comunicação; as possibilidades de compartilhamento, acesso à informação, participação e diálogo estabelecidas pelas mídias sociais; e o papel da comunicação para legitimação das organizações na sociedade a partir do paradigma relacional. Posteriormente, com as categorias estabelecidas, foram descritas as características de cada, considerando as informações de impactos causados pelo rompimento da barragem que compuseram grupos de respostas representando o conteúdo dos comentários realizados pelos indivíduos.

No total, foram criadas cinco categorias compostas por 33 grupos de respostas, são elas: *Comentários sobre a ação e atitudes da Samarco*, composta por nove grupos de respostas; *Comentários relacionados à comunicação organizacional*, com oito grupos; *Comentários de compartilhamento de informação*, formada por quatro grupos; *Diálogos gerados pelo discurso da Samarco*, com cinco grupos; e, *Comentários que relacionam questões políticas com o acidente*, composta por sete grupos de resposta.

A primeira categoria, *comentários sobre ação e atitudes da Samarco*, tem como base as transformações ocasionadas na dinâmica entre organizações e sociedade, que refletiram na gestão e na forma como elas se relacionam, ampliando suas responsabilidades em relação ao meio ambiente, bem-estar social e direitos humanos (GRAYSON; HODGES, 2002). Com o advento de tecnologias digitais, as organizações passam a ter seus movimentos observados, analisados e comentados, as incoerências nos discursos são mais perceptíveis e, por isso, as práticas internas e externas são alteradas, exigindo, cada vez mais, conduta ética, transparência, responsabilidade social, compromisso social nos negócios para construir laços de confiança com os indivíduos (SROUR, 2012; GRAYSON; HODGES, 2002). Diante disso, parte-se da reflexão que, enquanto atores sociais, elas devem conduzir seus negócios

refletindo sobre questões públicas (FERRARI, 2011), respondendo e dialogando com a sociedade sobre suas ações para atuar de forma responsável (AKATU, 2013).

Compreende-se, portanto, que as atitudes das organizações em situações de impacto são fundamentais para garantir compromisso social e, por isso, a categoria envolve comentários que indicam respostas diretamente relacionadas à ação e atitude da empresa no contexto do acidente. Assim, ela categoriza as respostas de percepção e reação dos indivíduos diante da atuação da Samarco, ou seja, o que a mineradora fez, como ela atendeu às vítimas, o que será feito para o meio ambiente, quais responsabilidades ela possui, quais os impactos causados na percepção desses indivíduos. Diante disso, oito grupos de respostas compuseram a primeira categoria, são eles:

- Percepções de impactos: são comentários que demonstram indignação e reconhecimento dos impactos sociais, ambientais e econômicos causados para a sociedade pelo rompimento da barragem;
- Atributos positivos reforçados para a atitude da Samarco: adjetivos presentes em comentários que elogiam e enaltecem as ações e atitudes de reparação e recuperação dos impactos;
- Atributos negativos reforçados para a atitude da Samarco: adjetivos presentes em comentários que criticam a postura da mineradora em relação às ações e atitudes realizadas para mitigar impactos;
- Apontamento de responsabilidades: comentários que acusam a Samarco como responsável pelo rompimento da barragem indicando negligência, ganância e erro;
- Transparência de informação: comentários relacionados às informações disponibilizadas pela empresa, normalmente, questionamento a falta de informações sobre as causas, dos dados e de soluções, mas também se referem à importância da mineradora estar presente nas mídias sociais para transmitir informação;
- Conduta ética das ações: comentários que apontam incoerências na conduta da Samarco sobre as ações realizadas e informadas à sociedade;
- Exigência de direitos: comentários referentes às exigências de direitos para os atingidos;
- Atitudes questionadas: comentários que discutem e questionam a legitimidade das ações que a empresa transmite em seu discurso; e,

- Ações cobradas: comentários de cobranças para culpabilidade e punição dos responsáveis e da empresa pelos crimes cometidos e de ações para reparação e recuperação dos impactos tanto para as vítimas, quanto para o meio ambiente.

A segunda categoria, *comentários relacionados à comunicação organizacional*, foi criada considerando os objetivos de comunicação e relacionamento de uma organização. Entende-se que com as transformações enfrentadas pelas organizações, imagem e reputação se tornam ativos estratégicos (TIMOTEO, 2013), que resultam das percepções e experiências dos indivíduos diante da atuação organizacional, sendo a melhor forma para geri-los a comunicação e o relacionamento (FOMBRUM; VAN RIEL, 2004; VILLAFANE, 2005). Diante disso, as práticas de comunicação objetivam desenvolver programas de relações com públicos de interesse e disseminar princípios organizacionais para fortalecer e construir imagem e reputação (TIMOTEO, 2013; VILLAFANE, 2005). Porém, na sociedade conectada, as estratégias de comunicação acompanham a nova dinâmica de interação e compartilhamento de informações, na qual as organizações não possuem mais controle de todo o processo de formação de percepções sobre ela, por isso torna-se fundamental presença na rede para disseminar suas informações e dialogar com os públicos, demonstrando, principalmente, coerência entre o que é dito e o que é praticado (KUNSCH, 2014).

A presença da Samarco no Facebook resulta dessa nova lógica e possibilita que, após o acidente, a empresa utilize a mídia social como um canal para informar e ouvir o público, sendo possível reconhecer as percepções e opiniões geradas pela atuação e pelo discurso disseminado. Assim, a segunda categoria caracteriza as respostas publicados pelos indivíduos que se referem às percepções em relação ao que é comunicado pela Samarco, à relação entre discurso e prática, aos atributos que identificam a empresa, às informações que são solicitadas e às referências sobre imagem e reputação. Essa categoria é formada por oito grupos de respostas, são eles:

- Consistência entre o discurso e as atitudes: grupo de comentários que se referem à relação entre discurso e ação da Samarco apontando incoerências ou reforçando o compromisso e comprometimento da empresa;
- Linguagem não verbal para o discurso: comentários que usam *emojicons* para responder ao discurso disseminado na postagem;
- Defesa da Samarco: comentários de apoio à empresa, aos empregados, de incentivo à ação e que demonstram confiança no compromisso da Samarco com a sociedade. Nesse grupo são incluídas as *hashtags* de apoio à mineradora.

- Referências à imagem e reputação: grupo de comentários que fazem citações sobre a imagem e a reputação da mineradora;
- Solicitação de informações sobre a situação: comentários que solicitam informações sobre a situação das vítimas, do local atingido, da atividade da empresa, sobre a distribuição e abastecimento de água e ações que estão sendo realizadas;
- Referência à Vale e à BHP Billiton: comentários que apontam responsabilidades para as duas empresas acionistas da Samarco ou fazem referência às características dessas empresas;
- Características atribuídas à empresa: comentários que atribuem adjetivos para a Samarco, destacando princípios e valores. Nesse grupo, são incluídas as *hashtags* que se referem a alguma característica dada para a mineradora; e,
- Opinião sobre o posicionamento oficial da Samarco: comentários sobre o conteúdo e qualidade dos comunicados oficiais realizados por representantes da Samarco.

A terceira e a quarta categoria, respectivamente, *diálogos gerados pelos discursos da Samarco* e *comentários de compartilhamento de informação*, foram criadas considerando as oportunidades dialógicas e participativas advindas do desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação. Parte-se da ideia de que as mídias sociais inseriram a comunicação organizacional em um cenário de maiores possibilidades dialógicas, o que, além de criar uma nova perspectiva para a relação entre organizações e sociedade, condiciona uma nova dinâmica de interação (WANDER; SILVA, 2015). As práticas passam a ser realizadas em um cenário em que os indivíduos também fazem parte do processo de construção e disseminação de informações, possuem meios para estabelecer mais diálogos, podem interagir e participar diante dos assuntos que se interessam (KUNSCH, 2014; LUVIZOTTO; SERIDÓRIO, 2016).

Nesse cenário, a legitimação das organizações precisa ser sustentada por processos participativos com seus públicos para garantir compreensão de propósitos e valores (NASSAR, 2008) e, para isso, é indispensável que a comunicação organizacional adote uma perspectiva relacional, considerando a influência dos indivíduos, os contextos sociais que estão inseridos, suas expectativas e interesses nos processos organizacionais para construir sentidos sobre a organização a partir da comunicação (OLIVEIRA; PAULA 2010). Portanto, as duas categorias são criadas pensando nas interações que os indivíduos realizam na página da Samarco no Facebook e nas informações que essas interações podem gerar ou disseminar.

Diante disso, a terceira categoria, *diálogos gerados pelos discursos da Samarco*, é criada considerando as interações proporcionadas pelas mídias sociais e os estímulos e possibilidades de debate e participação diante de assuntos de interesse coletivo. Assim, a categoria caracteriza os diálogos gerados entre os indivíduos e com a Samarco a partir do discurso disseminado. São cinco grupos de comentários que compõem a categoria, são eles:

- Diálogo entre os indivíduos: são diálogos variados de apoio e cobrança, compartilhamento de informação e diversos assuntos relacionados ao acidente, que ocorreram de forma amigável ou consensual;
- Diálogo agressivo entre os indivíduos: diálogos de enfrentamento entre indivíduos que apoiam e os que acusam a Samarco, são diálogos de diversos assuntos, mas acompanhados de agressão (xingamentos, ironia, acusações) entre os indivíduos;
- Respostas da Samarco para comentários realizados: são as respostas dadas pela Samarco para comentários dos indivíduos na postagem;
- Diálogo apoiando a resposta da empresa: diálogos com a Samarco de agradecimento de informação e resposta;
- Diálogo enfrentando a resposta da empresa: diálogos com a Samarco que confrontam as informações disponibilizadas pela empresa nas respostas dadas aos comentários;

A quarta categoria, *compartilhamento de informação*, é construída considerando o maior acesso à informação e as oportunidades dos indivíduos serem produtores e receptores ativos de conteúdo. Com isso, ela categoriza as respostas dos indivíduos e da Samarco para os indivíduos que se referem às referências utilizadas para disseminar informações que dialogam ou enfrenta as mensagens da organização. Ela é formada por quatro grupos de comentários, são eles:

- Existência de referências que enfrentam o discurso: comentários que compartilham notícias, reportagens ou depoimentos que distorcem o discurso da Samarco na publicação analisada;
- Existência de referências que reafirmam o discurso: comentários que compartilham notícias, reportagens ou depoimentos que confirmam e apoiam o discurso disseminado pela mineradora na postagem;
- Referências sobre os canais de atendimento: comentários que solicitam informações para a Samarco e são respondidos com indicações dos canais de atendimento e informações on-line criados pela empresa; e,

- Referências informativas sobre o acidente: comentários que compartilham notícias, reportagens ou depoimentos com informações diversas sobre o rompimento das barragens, não estando associados ao discurso disseminado na postagem analisada.

Por último, a quinta categoria, *comentários que relacionam questões políticas com o acidente*, foi criada a partir de um pré-teste realizado, em abril de 2017, com as primeiras quatro categorias em uma postagem da Samarco, o qual verificou a necessidade de incluir a categoria política como integrante de respostas realizadas pelos indivíduos devido a frequência de comentários de cunho político. Diante disso, e considerando o contexto político brasileiro e a profunda crise enfrentada no país desde 2015, optou-se por incluir as respostas dos indivíduos que envolveram acusações e cobranças dos governantes e órgãos públicos, o que também demonstra a relação existente entre o setor privado e público. Essa categoria é composta por sete grupos de respostas, são eles:

- Acusações sobre o financiamento de campanha política: grupo de comentários que relacionam o investimento realizado pela Samarco para campanhas políticas com a falta de investimentos em segurança nas barragens da empresa;
- Referências sobre a incapacidade do Governo Federal: comentários que apontam que o governo é incapaz de colaborar com os impactos causados e de punir;
- Reflexo da irresponsabilidade dos três poderes: comentários que relacionam o acidente com a irresponsabilidade dos três poderes com à sociedade;
- Relação do acidente com a corrupção no governo: comentários que fazem referência à corrupção a relacionando com as causas do acidente e com a não punição das empresas e dos responsáveis;
- Papel dos órgãos públicos e do governo: comentários sobre o papel dos órgãos públicos e do governo para fiscalizar a mineração e para apoiar a reparação e recuperação da região;
- Justiça brasileira é falha: comentários que fazem referência aos problemas e barreiras para a punição e justiça no Brasil; e,
- Omissão dos governos federal, estadual e municipal: comentários que acusam a omissão das instâncias do governo diante da atividade predatória da mineração ou diante dos impactos causados.

Com base nas cinco categorias criadas, o quadro 6 apresenta, resumidamente, os objetivos e as principais características de cada uma e os grupos de respostas que orientaram a análise dos comentários:

Quadro 6 – Resumo das categorias e grupos de respostas

Categoria	Descrição	Grupo de respostas
Comentários sobre ação e atitudes da Samarco	Considerando a importância da ação das organizações para garantir compromisso social, a categoria objetiva analisar as percepções em relação à atuação da Samarco diante das consequências do rompimento da barragem.	<ul style="list-style-type: none"> - Percepções de impactos; - Atributos positivos reforçados para a atitude da Samarco; - Atributos negativos reforçados para a atitude da Samarco; - Apontamento de responsabilidades; - Transparência de informação; - Conduta ética das ações; - Exigência de direitos; - Atitudes questionadas; e - Ações cobradas.
Comentários relacionados à comunicação organizacional	A comunicação cumpre um importante papel para estabelecer relacionamentos que legitimem as organizações, por isso a categoria pretende verificar os sentidos construídos pelo discurso organizacional e os principais atributos ligados à empresa diante do impacto causado.	<ul style="list-style-type: none"> - Consistência entre o discurso e as atitudes; - Linguagem não verbal para o discurso; - Defesa da Samarco; - Referências à imagem e reputação; - Solicitação de informações sobre a situação; - Referência à Vale e à BHP Billiton; - Características atribuídas à empresa; e, - Opinião sobre o posicionamento oficial da Samarco.
Diálogos gerados pelos discursos da Samarco	Considerando que as mídias sociais proporcionaram um ambiente de trocas de opiniões que estimulam debates de assuntos coletivos, pretende-se olhar como os diálogos são desenvolvidos diante da situação causada pela Samarco.	<ul style="list-style-type: none"> - Diálogo entre os indivíduos; - Diálogo agressivo entre os indivíduos; - Resposta da Samarco para comentários realizados; - Diálogo apoiando a resposta da empresa; e, - Diálogo enfrentando a resposta da empresa.
Comentários de compartilhamento de informação	As mídias sociais possibilitaram o acesso à informação e deram oportunidades para os indivíduos serem produtores e receptores ativos de conteúdos. Diante disso, o objetivo da categoria é compreender o uso de referências e informações para dialogar com as mensagens da organização.	<ul style="list-style-type: none"> - Existência de referências que enfrentam o discurso; - Existência de referências que reafirmam o discurso; - Referências sobre os canais de atendimento; e, - Referências informativas sobre o acidente.
Comentários que relacionam questões políticas com o acidente	A partir do contexto político brasileiro, verifica-se na internet um movimento de acusações e discussões políticas em diversas situações cotidianas. Com o acidente em Mariana (MG), verificou-se que questionamento políticos foram realizados e, com essa categoria, pretende-se reconhecê-los.	<ul style="list-style-type: none"> - Acusações sobre o financiamento de campanha política; - Referências sobre a incapacidade do Governo Federal; - Reflexo da irresponsabilidade dos três poderes; - Relação do acidente com a corrupção no governo; - Papel dos órgãos públicos e do governo; - Justiça brasileira é falha; e, - Omissão dos governos federal, estadual e municipal.

Fonte: Elaborado pela autora.

Considerando as categorias e os grupos de respostas, cada comentário foi analisado por um processo de interpretação da resposta realizada, reconhecendo os assuntos abordados e, assim, os identificando com os grupos das categorias. Como muitos comentários envolviam diversas informações, optou-se por classificá-los, quando necessário, em mais de uma categoria e em mais de um grupo de resposta, pois devido a amplitude do acidente, diversos apontamentos foram realizados. Os discursos disseminados podem construir diversos sentidos, gerar diversas interações e informações, por isso reconhecer múltiplas categorias nas mensagens possibilita olhar para todos os significados e respostas dos indivíduos geradas pelas informações transmitidas pela empresa à sociedade.

As postagens selecionadas para análise são referentes a um comunicado oficial da Samarco sobre o rompimento; à divulgação de informações sobre o atendimento às vítimas e à divulgação de histórias dos empregados da Samarco que estão atuando para atender os atingidos e mitigar impactos. Para as três foi feito um levantamento em relação aos principais atributos presentes no discurso, à frequência de cada categoria e grupos de respostas e apontamentos dos assuntos de maior destaque nos comentários.

A primeira publicação analisada foi postada em 5 de novembro de 2015, no dia do rompimento da barragem. Essa é a postagem de maior alcance de todo o período analisado, contando com um total de 1.000 curtidas, 1.222 compartilhamentos e 502 comentários, como mostra a figura 25:

Figura 25 – Análise dos comentários: Postagem de novembro de 2015²⁶



²⁶Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/videos/vb.1669539876596161/1677312602485555/?type=2&theater>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

A publicação é o primeiro pronunciamento oficial da Samarco, realizado por meio de um vídeo em que o presidente da empresa informa sobre o ocorrido e sobre as primeiras providências tomadas pela mineradora. O vídeo veicula a seguinte mensagem:

Sou Ricardo Vescovi, presidente da Samarco mineração, e venho à público lamentavelmente falar sobre o rompimento das nossas barragens, denominadas barragem de Fundão e Santarém, que ficam na unidade industrial de Germano, localizada nos municípios de Mariana e Ouro Preto. O rompimento foi identificado na tarde de hoje e a Samarco, imediatamente, acionou seu plano de ação emergencial de barragens, colocando em ação, junto com a Defesa Civil, Corpo de Bombeiros, Polícia Militar e outras instituições competentes, todas as ações previstas nesse plano e mobilizando todos, absolutamente todos, os esforços necessários para priorizar o atendimento e a integridade das pessoas que estavam trabalhando no local ou que residem próximo as barragens. Igualmente nós não estamos medindo esforços para a contenção de danos ambientais. As autoridades competentes foram devidamente informadas e estão prestando nesse momento todo apoio e toda a solidariedade. Nesse momento, também, não podemos confirmar as causas e a completa extensão do ocorrido, bem como o número de vítimas. Nosso foco, repito, nesse momento crítico, é a preservação da integridade das pessoas e do meio ambiente. Por questão de segurança, a Samarco reitera a importância de que não haja deslocamento de pessoas para o local do ocorrido, exceto das pessoas e equipes envolvidas nesse atendimento de emergência. Como presidente da empresa, reforço nosso compromisso com a transparência no fornecimento das informações, mantendo sempre autoridades, comunidades, fornecedores, clientes, imprensa, a sociedade em geral informada sobre as proporções e os avanços na contenção desse acidente. Nós lamentamos, profundamente, e estamos muito consternados com o acontecido, mas nós estamos, absolutamente, mobilizados para conter os danos causados por esse trágico acidente. Muito obrigado.

Diante das informações transmitidas pelo comunicado oficial da Samarco, é possível verificar alguns atributos reforçados pelo discurso da empresa com essa postagem considerando as cinco categorias que fazem a análise dos comentários realizados. Primeiramente, entende-se que a publicação dessa mensagem no Facebook e seu conteúdo, um vídeo em que um representante da empresa conversa com a sociedade, permite associar o discurso com as possibilidades dialógicas e oportunidades de compartilhamento de informação que as mídias sociais oferecem. Além disso, é possível olhar para a publicação como um objetivo de comunicação da Samarco para construir percepções sobre seu comprometimento com a sociedade após o acidente causado.

Em relação à ação e atitude da mineradora, verifica-se, na postagem, que o presidente enaltece, mais de uma vez, a preocupação e ação para os impactos causados aos empregados, à comunidade atingida e ao meio ambiente, evidenciando que todas as

providências de atendimento emergencial estão sendo tomadas e que a Samarco irá agir para recuperar tudo que foi impactado. O papel de órgãos público para o desenvolvimento das ações emergenciais também é citado, demonstrando o apoio e parceria com Defesa Civil, Corpo de Bombeiros, Polícia Militar e outras instituições competentes. Além disso, outro ponto a ser destacado é que a mensagem reforça aos principais públicos da empresa (autoridades, comunidades, fornecedores, clientes, imprensa e sociedade em geral) a garantia de transparência de informações sobre a situação e garantia de compromisso diante do ocorrido.

No geral, o comunicado oficial da Samarco não traz informações e dados concretos sobre o acidente, apenas enaltece as primeiras ações da empresa diante do ocorrido. Sendo publicado no Facebook, ele possibilita aos indivíduos dialogarem com a empresa, solicitarem mais informações e enfrentarem atitudes e o que é transmitido. Com isso, os 502 comentários realizados nessa postagem foram analisados para verificar como o público respondeu ao discurso propagado. O quadro 7 apresenta, inicialmente, um panorama geral de frequência das cinco categorias que caracterizam as respostas na postagem:

Quadro 7 – Categorias dos comentários na postagem de novembro de 2015

Categoria	Frequência
Comentários sobre ação e atitudes da Samarco	268
Comentários relacionados à comunicação organizacional	147
Diálogos gerados pelos discursos da Samarco	112
Comentários de compartilhamento de informação	22
Comentários que relacionam questões políticas com o acidente	34

Fonte: Elaborado pela autora.

Na postagem de novembro, os 502 comentários realizados geraram 583 respostas dos indivíduos para e a partir do discurso da Samarco, as quais envolveram, basicamente, as três primeiras categorias de análise: *comentários sobre ação e atitudes da Samarco*, *comentários relacionados à comunicação organizacional* e *diálogos gerados pelos discursos da Samarco*. Dentre elas, a de maior frequência refere-se ação e atitude para medidas e informações sobre o rompimento, como aponta a categoria *comentários sobre a ação e atitudes da Samarco*.

Com esse resultado, é possível refletir que, pela postagem ter sido realizada algumas horas após o acidente, o desejo de informações e ação é potencializado, principalmente considerando a proporção e amplitude dos impactos causados. Esse fator unido ao discurso do presidente, demonstra que a falta de informações concretas, o que fica

evidente no discurso, gera mais dúvidas entre os indivíduos ocasionando menções sobre o posicionamento da empresa, referências aos atributos e a integridade dela e também gera muitos diálogos especulativos entre os indivíduos e com a Samarco, o que pode ser confirmado pela frequência das categorias *comentários relacionados à comunicação organizacional e diálogos gerados pelos discursos da Samarco*.

A segunda postagem analisada foi publicada em 4 de dezembro de 2015 abordando o balanço de ações sobre o atendimento às vítimas. A publicação apresenta os números atualizados de casas alugadas para os atingidos, atendimento psicossocial realizado e alojamento em hotéis e pousadas e teve um alcance de 471 curtidas, 188 compartilhamentos e 189 comentários, como aponta a figura 26:

Figura 26 – Análise dos comentários: Postagem de dezembro de 2015²⁷



Essa publicação da Samarco é marcada por atributos que reafirmam as ações desenvolvidas pela mineradora para reparar e recuperar impactos causados, nesse caso, impactos sociais. No conteúdo textual da postagem é possível verificar o compartilhamento de informações a partir dos dados disponibilizados e atualizados sobre o atendimento que está sendo realizado para as vítimas em relação à moradia, abrigo e apoio psicológico para assistir às consequências emocionais geradas pelo acidente aos atingidos.

A postagem também acompanha um conteúdo ilustrativo, o qual induz algumas percepções sobre a Samarco. A ilustração destaca o slogan “Fazer o que deve ser feito. Esse é o nosso compromisso.”, utilizado pela mineradora em diversas postagens. A frase, característica de estratégias de comunicação, reforça atributos sobre a ação da empresa diante

²⁷Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.166961355325460.1073741828.1669539876596161/1684616598421822/?type=3&theater>>. Acesso em: 08 dez. 2016.

dos impactos, demonstrando ação e respeito com a sociedade, em destaque, ao dizer que está fazendo o que é necessário, e comprometimento, ao dizer que agir dessa forma é o seu compromisso. Além disso, as figuras que acompanham o slogan indicam o envolvimento da Samarco com as pessoas, no caso, os atingidos. Elas reforçam as atitudes e compromisso da empresa para atendê-las por meio das figuras que demonstram abrigo, moradia e união.

No geral, a publicação indica a ação e atitude da Samarco, compartilha informações e atende aos interesses organizacionais reforçando seu compromisso, o que buscam algumas das categorias de resposta. Em relação às respostas dos indivíduos, compreende-se que o conteúdo do discurso permite comentários sobre a ação, sobre os dados e sobre os atributos da empresa. Diante disso, o quadro 8 apresenta a frequência das categorias dos comentários analisados, as quais indicam as principais respostas feitas a partir da publicação.

Quadro 8 – Categorias dos comentários na postagem de dezembro de 2015

Categoria	Frequência
Comentários sobre ação e atitudes da Samarco	132
Comentários relacionados à comunicação organizacional	56
Diálogos gerados pelos discursos da Samarco	19
Comentários de compartilhamento de informação	14
Comentários que relacionam questões políticas com o acidente	10

Fonte: Elaborado pela autora.

Foram registradas 231 respostas a partir dos 189 comentários analisados, sendo as principais e de maior frequência representadas pelas categorias *comentários sobre ação e atitudes da Samarco* e *comentários relacionados à comunicação organizacional*. Considerando a maior frequência dessas categorias, acredita-se que as informações disseminadas no discurso da Samarco geraram mais associações em relação à mineradora e sua ação. Diante disso, destaca-se, principalmente, que o discurso provocou cobranças, questionamentos e percepção de impactos, características da categoria de maior frequência: *comentários sobre ação e atitudes da Samarco*.

Com os resultados das duas categorias, é possível refletir que por ser uma publicação que a empresa expõe atributos referentes às suas atitudes e demonstra dados sobre as ações, as respostas realizadas podem ser envolvidas por diversas informações disseminadas no ambiente digital que contestam o discurso. Além disso, o reconhecimento dos impactos causados pelo acidente, principalmente, para a vida das pessoas e meio ambiente, e amplamente divulgado pela mídia, torna a credibilidade no discurso mais difícil.

A terceira, e última, postagem analisada foi a de maior alcance no mês de janeiro. A publicação é um álbum de fotos que apresenta histórias sobre os empregados da Samarco que estão envolvidos nas frentes de ação para reparação e recuperação dos impactos com depoimentos da forma como estão agindo. O álbum teve 1.100 curtidas, 475 compartilhamentos e 172 comentários, como pode ser verificado na figura 27.

Figura 27 - Análise dos comentários: Postagem de janeiro de 2016²⁸



É importante destacar que o álbum foi publicado pela primeira vez em dezembro de 2015 e, em janeiro, a Samarco adicionou novas fotos, compartilhando uma nova postagem, portanto os comentários realizados ocorreram nos dois meses. Optou-se por considerar a postagem para análise, pois, como o critério para escolha foi o número de comentários na publicação, o mês de janeiro não teve nenhuma outra com alcance significativo. Além disso, entende-se que, na internet, os conteúdos, quando são compartilhados novamente proporcionam novas interações e resgatam fatos, informações e diálogos antigos.

Em relação ao conteúdo da publicação, verifica-se que ela composta por um texto e seis imagens, disponíveis ao acessar o álbum, de fotos dos empregados da Samarco acompanhadas por depoimentos. O conteúdo textual reforça a ação da Samarco para atender as comunidades atingidas na região, disseminando o compromisso e comprometimento da empresa. As imagens compartilhadas na publicação se unem a essa mensagem e propagam atributos que reforçam a ação e o compromisso.

²⁸Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/posts/1694624514087697>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

As fotografias mostram os empregados durante o trabalho que estão realizando, personificando a empresa, o que gera um vínculo maior com os indivíduos por mostrar pessoas que a representam. Acompanhadas dos depoimentos, o conteúdo das imagens, reforçam: os cuidados no atendimento das vítimas e ação para possibilitar conforto e seguranças nas residências que estão sendo disponibilizadas; a ação colaborativa para recuperar e normalizar as condições das cidades atingidas pela lama; o diálogo realizado com as vítimas destacando o respeito e atenção para todas as necessidades; a assistência aos animais domésticos, principalmente, para confortar as famílias; uma ação que possibilita uma nova vida para as pessoas que foram atingidas; e, um trabalho sério para atender à sociedade.

O principal diferencial dessa publicação é a utilização da história dos empregados para disseminar atitudes da Samarco, o que gerou respostas um pouco diferentes das postagens anteriores, como pode ser verificado no quadro 9.

Quadro 9 – Categorias dos comentários na postagem de janeiro de 2016

Categoria	Frequência
Comentários sobre ação e atitudes da Samarco	64
Comentários relacionados à comunicação organizacional	76
Diálogos gerados pelos discursos da Samarco	46
Comentários de compartilhamento de informação	34
Comentários que relacionam questões políticas com o acidente	11

Fonte: Elaborado pela autora.

A postagem com 172 comentários gerou 231 respostas para o discurso, sendo, as categorias de maior destaque *comentários sobre ação e atitudes da Samarco* e *comentários relacionados à comunicação organizacional*, o que se assemelha aos destaques das outras postagens analisadas. Porém, é interessante observar que nessa publicação a maior frequência foi da categoria referente à comunicação organizacional.

As duas primeiras postagens analisadas disseminavam um discurso sobre ação para os impactos, essa postagem utilizou o trabalho de seus empregados para demonstrar quem executa as ações desenvolvidas. Entende-se que essa ação gera empatia nos indivíduos, ou seja, um sentimento que os induz a se colocarem na situação e circunstância do outro, o que pode justificar o grande destaque de respostas de apoios para a Samarco, principalmente, para os empregados.

Além dessas categorias, a categoria *diálogos gerados pelos discursos da Samarco*, também teve uma frequência considerável nessa publicação. Acredita-se que o fato da Samarco utilizar a voz e imagem de seus empregados para comunicar sobre os cuidados

com as pessoas e meio ambiente instigue mais interações apoiando à empresa e, ao mesmo tempo, acusações diante de todo ocorrido.

Considerando as principais categorias de comentários que se destacaram em relação à frequência, é possível realizar algumas observações comparando os resultados das categorias em cada uma das postagens. Para isso, o quadro 10 apresenta um comparativo dos dados das cinco categorias nos três meses de análise.

Quadro 10 – Categorias dos comentários na postagem

Categoria	Nov.	Dez.	Jan.
Comentários sobre ação e atitudes da Samarco	268	132	64
Comentários relacionados à comunicação organizacional	147	56	76
Diálogos gerados pelos discursos da Samarco	112	19	46
Comentários de compartilhamento de informação	22	14	34
Comentários que relacionam questões políticas com o acidente	34	10	11

Fonte: Elaborado pela autora.

No total, foram registradas 1.045 respostas a partir do discurso, demonstrando que os comentários realizados nas postagens da Samarco, na maioria das vezes, são reações das informações disseminadas pela empresa. No mês de novembro eles estão associados, principalmente, à repercussão do caso, o que gera muitos comentários, muitas solicitações de informação e ação e muitas percepções de impactos. No mês de dezembro, os comentários realizados parecem ser reações ao slogan divulgado, “*Fazer o que deve ser feito. Esse é o nosso compromisso.*”, e fazem muitas cobranças e questionamentos, além de indicarem inconsistências entre o que é dito e feito pela empresa. No mês de janeiro, o uso de uma campanha com os empregados da empresa altera parte das reações, gerando as respostas de apoio.

Diante desses apontamentos, destaca-se que as categorias *comentários sobre ação e atitudes da Samarco* e *comentários relacionados à comunicação organizacional*, são as de maior frequência, indicando que demonstrar ações e comprometimento gera respostas em relação à atitude e ações, mas, por outro lado, ao informar as ações e fazer uma campanha com empregados, gera reações divergentes e mais positivas. Nas duas primeiras postagens, apesar de alguns apoios para a organização, muitos dos comentários referem-se aos impactos, cobranças, questionamentos, ao posicionamento da empresa e as incoerências entre discurso e prática, enquanto, na terceira postagem a campanha é capaz de gerar, principalmente, o apoio.

Na categoria *diálogos gerados pelo discurso da Samarco*, verificou-se que as três postagens geraram diálogos entre os indivíduos e com a mineradora. No mês de novembro,

provavelmente pela repercussão do caso e do alcance da postagem, houve mais trocas. Em dezembro, a postagem que disseminou alguns balanços sobre as vítimas gerou diálogos, porém não com tanta frequência. Por último, em janeiro, a postagem estimula mais os diálogos. Normalmente, os diálogos eram de apoio ou acusação para a Samarco e, com os resultados encontrados, acredita-se que os dois principais fatores que motivam os diálogos seja conteúdo disseminado e a participação da empresa respondendo os indivíduos, o que foi bem menor no mês de dezembro.

As duas últimas categorias, *comentários de compartilhamento de informação* e *comentários que relacionam questões políticas com o acidente*, não tiveram destaque em relação à frequência, porém possuem observações, principalmente, ao serem comparadas entre os meses das postagens. Na categoria *comentários sobre compartilhamento de informações* é possível observar que houve um aumento no número de comentários com alguma notícia, reportagem ou depoimento, ao analisar proporcionalmente cada um dos meses em relação aos números de comentários dessa categoria. Verifica-se que em novembro os comentários dela representam 4% do total de respostas realizadas, em dezembro 6% e em janeiro 15%, indicando que com o passar do tempo os indivíduos possuem mais acesso à informação, seja pela imprensa ou pelo compartilhamento de depoimentos, fotos e outras informações na rede, e passam a compartilhá-las com mais frequência.

Na categoria de *comentários que relacionam questões políticas com o acidente* constate-se que, proporcionalmente, os três meses tiveram números de comentários muito parecidos, sendo que em novembro eles representam 5,8% dos comentários totais na postagem, em dezembro 4,3% e em janeiro 4,8%. Diante da frequência de respostas realizadas pelos indivíduos que apontam relações do acidente com a política, é importante resgatar o contexto brasileiro entre os meses de novembro, dezembro de 2015 e janeiro de 2016. Em uma breve pesquisa de notícias da época é possível verificar que o ano de 2015 foi marcado, desde o mês de agosto, por uma série de manifestações políticas contra o governo da presidente Dilma Rousseff com pedidos de impeachment. No final de outubro de 2015, o então presidente da câmara dos deputados, Eduardo Cunha, recebeu, oficialmente, o pedido de impeachment da presidente e, no início de dezembro, autorizou a abertura do processo. A instabilidade política que se instaurou no governo e o número de manifestações populares que ocorreram são, evidentemente, fatores que geraram comentários políticos, o que demonstra que os contextos que os indivíduos estão envolvidos provocam respostas e associações diante da ação das organizações.

Considerando a análise das categorias dos comentários realizados nas postagens, compreende-se que o conteúdo da mensagem disseminada por uma organização estimula reações que resultam em respostas dos indivíduos. Diante disso, os quadros 11, 12, 13, 14 e 15 apresentam quais foram essas respostas, considerando a frequência dos grupos de respostas das categorias, e, a partir disso, foram apontados os principais assuntos²⁹ que as representaram.

Quadro 11 – Respostas na categoria sobre ação e atitudes da Samarco

Categoria	Grupo de Respostas	Nov.	Dez.	Jan.	Total
Comentários sobre ação e atitudes da Samarco	Percepções de impactos	172	55	39	266
	Cobranças de ações	110	36	11	157
	Atitudes questionadas	51	65	19	135
	Apontamento de responsabilidades	95	26	7	128
	Atributos negativos reforçados para a atitude da Samarco	30	10	4	44
	Transparência de informação	8	2	6	16
	Atributos positivos reforçados para a atitude da Samarco	10	2	3	15
	Conduta ética das ações	4	1	3	8
Exigência de direitos	3	0	0	3	

Fonte: Elaborado pela autora.

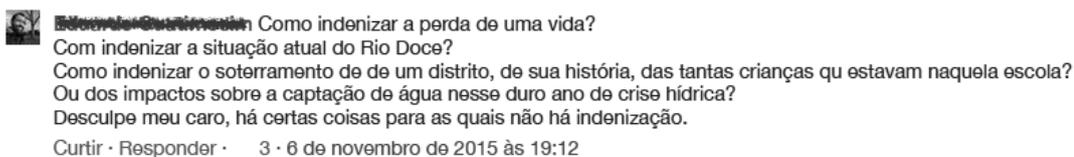
Na primeira categoria de comentários, *comentários sobre ação e atitudes da Samarco*³⁰, verifica-se que as respostas de maior frequência são referentes aos grupos de *percepções de impactos, cobranças de ações, apontamento de responsabilidade e atitudes questionadas*. Ao comparar com todas as categorias de análise, esses quatro grupos de respostas foram os comentários mais gerados pelos discursos disseminados pela empresa. Entende-se que a amplitude das consequências negativas do acidente faz com que os indivíduos enfrentem o discurso e exponham suas percepções sobre o impacto causado pela organização.

Dentre os quatro grupos, o mais frequente é formado pelas percepções de impactos, sendo que os principais assuntos abordados nesse grupo de resposta foram sobre os impactos causados para a vida dos atingidos e sobre a destruição ambiental. A figura 28 apresenta um comentário para exemplificar essas percepções:

²⁹A relação completa dos assuntos que compuseram os grupos de respostas, com a frequência registrada nos comentários, está disponível no apêndice A.

³⁰Exemplos dos comentários da categoria estão disponíveis no Anexo A.

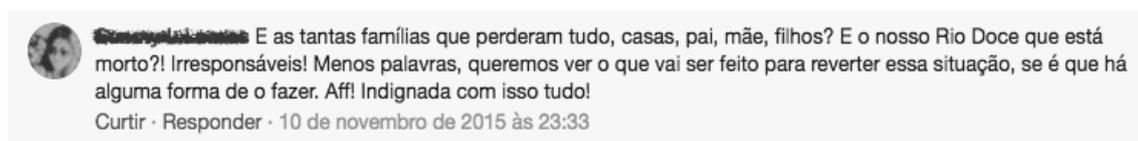
Figura 28 – Exemplo de comentário: percepções de impacto³¹



Os assuntos do grupo envolveram comentários sobre o número de mortes, a destruição de histórias, de casas, a separação de famílias, problemas sociais, problemas causados com a destruição da fauna e flora da região atingida pela lama. Além disso, as respostas apontavam percepções de impacto causado para o Rio Doce e para o mar; impactos econômicos para a região pelo acidente ter afetado diversas atividades; e, impactos econômicos para a empresa que afetam a sociedade por ela representar uma parcela da movimentação econômica de Mariana (MG) e região. Normalmente, todas essas percepções eram acompanhadas por outros grupos de respostas, ou seja, por uma cobrança, um questionamento, um apontamento de responsabilidade, solicitação de informação, característica atribuída à empresa, etc.

O segundo grupo de respostas mais frequente foi *cobranças de ações* e seus principais assuntos foram pedidos em relação à condenação dos responsáveis, abrigar vítimas em hotéis ou casas e pagar pelos impactos causados. A figura 29 apresenta um exemplo desse grupo de respostas:

Figura 29 – Exemplo de comentário: cobranças de ações³²



Ao cobrarem a condenação dos responsáveis, os indivíduos se referiam à prisão do presidente e diretores da Samarco, pois consideraram que eles foram coniventes com o acidente por permitir o funcionamento da barragem acima da capacidade, a emissão de laudos falsos de segurança e não investirem em segurança e prevenção. Sobre o abrigo para as

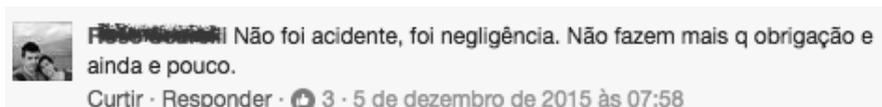
³¹Comentário retirado da postagem de novembro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/videos/vb.1669539876596161/1677312602485555/?type=2&theater>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

³²Comentário retirado da postagem de novembro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/videos/vb.1669539876596161/1677312602485555/?type=2&theater>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

vítimas em hotéis e casas, as cobranças realizadas sinalizavam ser inadmissível que os atingidos permanecessem em alojamentos e abrigos sem a estrutura adequada de uma moradia. O último destaque, dentre os principais desse grupo, foram as cobranças para que a mineradora pague pelos impactos causados com multas devido aos impactos ambientais, indenizações para os atingidos, auxílios, programas de recuperação e reparação, entre outras ações que revertam todos os problemas.

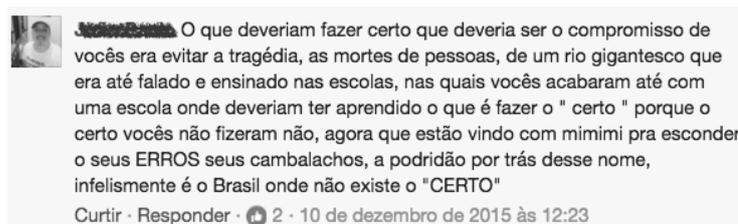
O terceiro grupo de respostas mais frequente, *apontamentos de responsabilidades*, exemplificado com o comentário na figura 30, refere-se aos comentários que reconheceram como principal causa do acidente a negligência da Samarco ou apontaram a empresa como principal responsável, sem indicar causas. Além disso, muitos dos comentários também indicaram como causas a ganância e interesse lucrativo da empresa, considerando que a mineradora estava produzindo acima da capacidade da barragem para lucrar mais, sem investir em novas estruturas, e acusaram a mineradora de cometer um crime.

Figura 30 – Exemplo de comentário: apontamentos de responsabilidades³³



O quarto grupo de respostas, *atitudes questionadas*, apresentou enfrentamentos diretamente para o discurso da Samarco apontando incoerências diante das informações reais ou diante da ação da empresa para recuperação e reparação dos impactos. A figura 31 demonstra um exemplo de comentário que questiona as atitudes da mineradora:

Figura 31 – Exemplo de comentário: atitudes questionadas³⁴



³³Comentário retirado da postagem de dezembro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1684616598421822/?type=3&theater>>. Acesso em: 8 dez. 2016.

³⁴Comentário retirado da postagem de dezembro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1684616598421822/?type=3&theater>>. Acesso em: 8 dez. 2016.

Nesse grupo, o assunto de maior frequência é sobre a Samarco estar fazendo o mínimo diante dos impactos, seguido por apontamentos sobre ela não estar fazendo mais que a obrigação e questionamento para o slogan disseminado pela empresa. Desses três questionamentos, o primeiro deles é feito em todos os meses, porém com maior frequência em dezembro, e os outros dois foram realizados apenas no mês dezembro. Importante destacar que, como aponta o quadro 8, no mês de dezembro esse grupo de questionamento foi o de maior frequência. Além desses assuntos questionados no grupo, verificou-se, também, que os indivíduos indagaram a empresa, nos três meses, sobre os danos irreversíveis causados e sobre ela assumir responsabilidades, prejuízos e agir.

Considerando a frequência de atitudes questionadas no mês de dezembro, é possível observar, nesse grupo, a influência do discurso da organização nas respostas realizadas, pois verifica-se que, ao comparar os assuntos abordados nas respostas desse grupo com os assuntos dos outros grupos, os comentários possuem uma grande relação com o discurso disseminado fazendo questionamentos a partir dele. Dessa forma, acredita-se que o fato da Samarco expor um slogan que demonstre sua ação é algo que provoca os questionamentos dos indivíduos, os quais têm acesso na internet a inúmeras fontes de informação que podem confrontar o discurso da empresa.

Na categoria em questão, houve outros grupos de respostas que foram verificados nos comentários, porém com menor frequência. De um modo geral, o grupo de *atributos negativos reforçados para a atitude da Samarco*, foi o quinto grupo com maior frequência e as respostas referem-se a adjetivos atribuídos à ação da empresa: ganância nas atitudes e na produção, atitudes irresponsáveis com a sociedade, falta de profissionalismo e incompetência, e falta de respeito com o cidadão atingido foram os principais. O sexto grupo está relacionado à *transparência de informação* e os comentários, basicamente, acusam a empresa de omissão de dados sobre o acidente. No sétimo grupo, *atributos positivos reforçados para a atitude da Samarco*, foram reafirmados adjetivos de apoio para a ação e, apesar de ser um grupo de baixa frequência, as principais menções, em todos os meses, foram referentes ao comprometimento da Samarco para reparar os impactos. O oitavo grupo, formado por respostas referentes à *conduta ética das ações*, foi frequente nos três meses e, normalmente, foi classificado em acusações de informação enganosa devido ao discurso ou resposta da Samarco. Por último, o nono grupo de respostas é de comentários que abordaram *exigências de direitos*, sendo que ele teve baixa frequência e só foi verificado no mês de novembro. As três respostas desse grupo referiam-se sobre a importância de garantir e reivindicar os direitos das vítimas.

Reconhecendo os assuntos abordados nos grupos de respostas, principalmente nos mais frequentes, é possível apontar dois fatores nessa categoria. Primeiramente, observa-se, de um modo geral, que os discursos das postagens de novembro e janeiro eram mais genéricos, apontando diversas ações para recuperação e reparação social e ambiental, já o discurso do mês de dezembro abordava especificamente sobre o atendimento às vítimas destacando como princípio da Samarco o compromisso com a sociedade, o que gerou mais questionamentos das atitudes do que percepções de impacto. Em segundo lugar, verifica-se que grande parte dos grupos de respostas e dos assuntos que os formam indicam que as respostas realizadas envolvem enfrentamentos diante da ação da mineradora, com exceção do grupo de *atributos positivos reforçados para a atitude da Samarco*. Porém, ao analisar proporcionalmente os grupos de maior destaque, fica evidente que esses enfrentamentos foram diminuindo com o passar do tempo.

Na segunda categoria de análise, *comentários relacionados à comunicação organizacional*³⁵, os grupos de respostas de maior destaque foram *defesa da Samarco*, *características atribuídas à empresa*, *opinião sobre o posicionamento oficial da Samarco* e *consistência entre o discurso e as atitudes*, como demonstra o quadro 12.

Quadro 12 – Respostas na categoria relacionada à comunicação organizacional

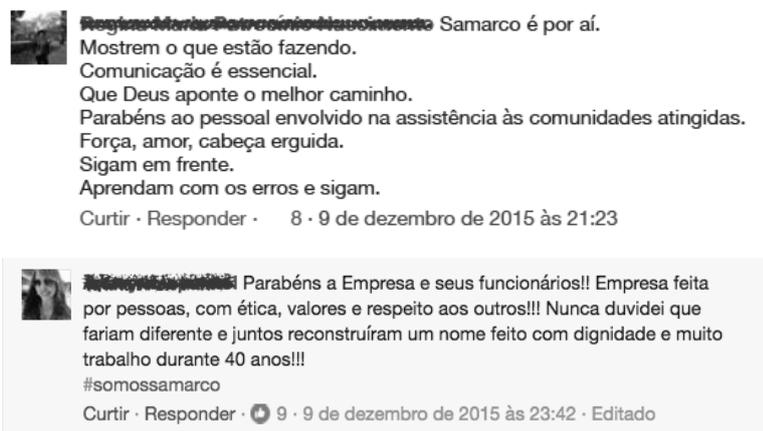
Categoria	Grupo de Respostas	Nov.	Dez.	Jan.	Total
Comentários relacionados à comunicação organizacional	Defesa da Samarco	24	12	55	91
	Características atribuídas à empresa	43	22	13	78
	Opinião sobre o posicionamento oficial da Samarco	62	1	0	63
	Consistência entre o discurso e as atitudes	29	18	12	59
	Solicitação de informações sobre a situação	15	6	4	25
	Referência à Vale e à BHP	6	3	3	13
	Referências à imagem e reputação	3	4	1	8
	Linguagem não verbal para o discurso	0	0	1	1

Fonte: Elaborado pela autora.

Primeiramente, é interessante destacar que, nessa categoria, verificou-se uma grande variação entre respostas positivas e negativas para a empresa. O grupo de resposta de maior frequência, entre os que estão em destaque, foi o de *defesa da Samarco*, o qual teve comentários nos três meses, mas o principal foi janeiro, quando os indivíduos publicaram respostas de apoio para a empresa e, principalmente, para os empregados. A figura 32 exemplifica esse grupo com comentários de apoio para a mineradora.

³⁵Exemplos dos comentários da categoria estão disponíveis no Anexo B.

Figura 32 – Exemplo de comentário: defesa da Samarco³⁶

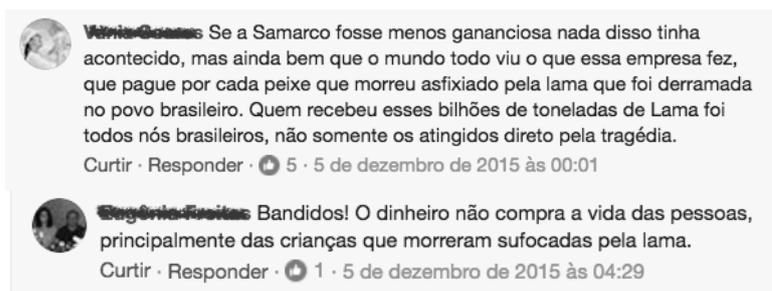


Os comentários, no geral, envolveram os apoios para a empresa, frequentes em todos os meses, que reconheciam a capacidade da mineradora para agir, enalteciam a importância da empresa para a região e, portanto, desejavam força para a recuperação. As respostas de apoio para os empregados foram registradas, basicamente no mês de janeiro, desejando força para atuar e parabenizando pelo trabalho realizado. Com menos frequência, foram registradas respostas de defesa com o uso de *hashtags*, utilizadas em dezembro e janeiro, sendo a principal *#SomosTodosSamarco*, expressão muito frequente nos textos de apoio, mesmo sem a *hashtag*. Além disso, houve respostas que apontavam confiança e crença na capacidade da Samarco para reverter impactos e, por isso, apoiavam e defendiam a empresa. Por fim, no mês de novembro, foram registrados apoios para a empresa por considerar os processos de mineração rigorosos, o que obriga a mineradora atuar de forma responsável e segura.

O segundo grupo de respostas mais frequente, *características atribuídas à empresa*, exemplificado pelos comentários da figura 33, foi formado pelos adjetivos presentes nas respostas dos indivíduos que caracterizavam a Samarco.

³⁶Comentários retirados da postagem de janeiro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/posts/1694624514087697>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

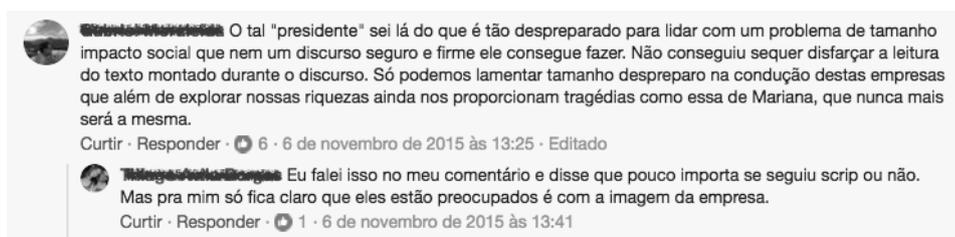
Figura 33 – Exemplo de comentário: características atribuídas à empresa³⁷



Nesse grupo, os adjetivos variaram entre positivos e negativos, os quais, muitas vezes, remetiam aos princípios e valores de uma organização. Os atributos negativos foram mais frequentes que os positivos e identificaram a Samarco como, principalmente, criminosa, irresponsável, gananciosa ou com uma *hashtag*, sendo elas #NãoFoiAcidente, #SamarcoAssassina, #ForaSamarco ou #SamarcoCriminosa. Houve, ainda, alguns registros que adjetivaram a empresa como hipócrita, devido as informações disseminadas não serem compatíveis com as consequências causadas, e não comprometida social e ambientalmente. Os atributos positivos registrados foram, com mais frequência, seriedade e comprometimento com a comunidade, alguns que caracterizaram a mineradora como uma empresa ética e poucos que referiam-se à honestidade, respeito ao meio ambiente e respeito aos empregados.

O terceiro grupo mais frequente, *opinião sobre o posicionamento oficial da Samarco*, foi registrado praticamente na postagem do mês de novembro, devido a publicação ser o vídeo do presidente sobre o ocorrido e a ação da Samarco. A figura 34 exemplifica esse grupo de resposta:

Figura 34 – Exemplo de comentário: opinião sobre o posicionamento oficial da Samarco³⁸



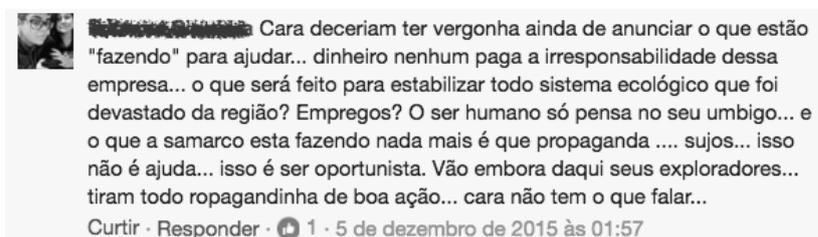
³⁷Comentários retirados da postagem de dezembro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1684616598421822/?type=3&theater>>. Acesso em: 8 dez. 2016.

³⁸Comentário retirado da postagem de novembro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/videos/vb.1669539876596161/1677312602485555/?type=2&theater>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

As respostas referiam-se ao conteúdo e qualidade do pronunciamento sendo que grande parte delas foram percepções negativas para o conteúdo por considerar o discurso falso, mal feito, mal apresentado, não coerente com outras informações recebidas e com poucas informações sobre o rompimento. Por outro lado, os retornos positivos para o pronunciamento elogiaram a postura da mineradora por dialogar com a sociedade a partir do vídeo publicado e se posicionar on-line diante do ocorrido.

O quarto grupo de resposta mais abordado, *consistência entre o discurso e as atitudes*, foi frequente em comentários das três publicações. Nesse grupo, as respostas realizadas pelos indivíduos são para o discurso da Samarco em cada uma das postagens e envolvem percepções entre o que é dito e o que é praticado pela empresa, como exemplificado na figura 35.

Figura 35 – Exemplo de comentário: consistência entre o discurso e as atitudes³⁹



No geral, a resposta mais frequente foi em relação à incoerência das informações transmitidas, em que os indivíduos consideram não compatível com a realidade que estão observando. Esse assunto foi muito abordado no mês de novembro, a partir do pronunciamento do presidente, o que demonstra que a falta de informação da própria mineradora sobre o ocorrido ao ser comparado com todos os impactos causados, gera desconfiança dos indivíduos.

Também foram muito frequentes, principalmente no mês de dezembro, respostas que indicavam que o discurso da empresa demonstrava esquecimento dos impactos, ou seja, quando a Samarco utilizou seu slogan para falar de compromisso, a percepção foi que a empresa estava fazendo apenas propaganda como se a situação estivesse resolvida. Além disso, em relação à propaganda também houve menções de que o discurso e a disseminação eram apenas com o objetivo de divulgação da empresa e menções que solicitavam transformar essa divulgação em realidade, cumprindo as obrigações para conter os impactos. Destaca-se

³⁹Comentário retirado da postagem de dezembro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1684616598421822/?type=3&theater>>. Acesso em: 8 dez. 2016.

que, poucas vezes, o slogan disseminado no discurso da empresa foi reforçado e reafirmado pelos indivíduos, sendo isso apenas no mês de janeiro com a postagem que enaltecia os empregados.

Nessas categorias houve os grupos menos frequentes, *solicitação de informações sobre a situação, referência à Vale e BHP Billiton, referência à imagem e reputação da empresa e linguagem não verbal para o discurso*, os quais envolveram poucas respostas dos indivíduos. No grupo em que os comentários solicitavam informação as principais perguntas eram referentes ao abastecimento e distribuição de água nas cidades atingidas, o motivo da Samarco não ter plano de emergência e contenção, informações para envio ajuda e doações e sobre o apoio dado às vítimas. As citações da Vale e da BHP Billiton envolveram, basicamente, menções de atributos e características sobre as empresas, sendo reforçado, principalmente, a responsabilidade pelo acidente, além do não comprometimento com as ações de recuperação. Sobre a imagem e a reputação da Samarco, o maior destaque foram as citações que se referiam ao uso do Facebook como estratégia para recuperar e melhorar a imagem e o fato da negligência ter afetado a imagem. Por último, o grupo de linguagem não verbal foi escolhido como grupo de resposta por entender que as mídias sociais permitem que os indivíduos utilizem *emoticons, gifs* e memes para expressar sua opinião, porém verificou-se o uso, de forma interpretável, apenas uma vez por um usuário que utilizou aplausos para a postagem de janeiro.

Considerando todas as principais respostas que envolveram os grupos dessa categoria, o principal fator reconhecido nos comentários analisados refere-se aos resultados de estratégias e ação de comunicação e relacionamento, que podem gerar percepções positivas e, ao mesmo tempo, negativas para as organizações. Os resultados mostram que o relacionamento com os públicos é de extrema importância para as organizações e possibilitar um ambiente em que os indivíduos possam expor suas opiniões colabora para a organização compreender como está sendo vista. Assim, ela pode utilizar as respostas realizadas no ambiente virtual para construir mensagens que atendam seus interesses, as expectativas de seus públicos, tomar decisões de acordo com as necessidades de ambos, reforçar suas ações e atitudes e, até mesmo, alterar comportamentos.

Diante disso, é importante destacar que, em um cenário de impacto causado para a sociedade, as organizações se envolvem em crises que podem ser revertidas de acordo com a força do relacionamento que estabelecem, ou seja, ter a confiança da sociedade permite que, em momentos assim, haja crença no compromisso e comprometimento e, principalmente,

crença nas informações disseminadas, principalmente considerando que na sociedade conectadas os indivíduos recebem suas informações de inúmeras fontes.

A terceira categoria de análise, *diálogos gerados pelos discursos da Samarco*⁴⁰, registrou as diversas interações que ocorreram entre os indivíduos e com a mineradora a partir do discurso disseminado. O quadro 13 apresenta os grupos de respostas que identificaram os tipos de interação que ocorreram e, a partir deles, identificou-se os principais assuntos que envolveram os diálogos.

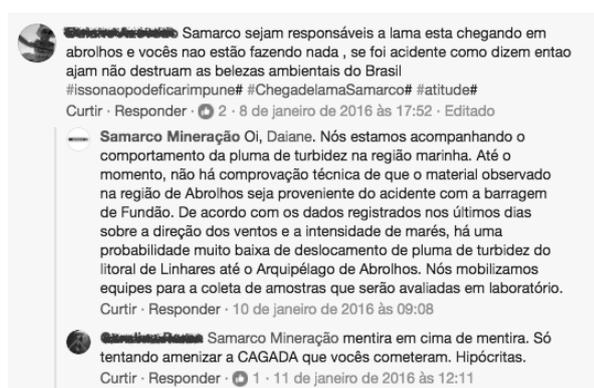
Quadro 13 – Respostas na categoria de diálogos gerados pelo discurso

Categoria	Grupo de Respostas	Nov.	Dez.	Jan.	Total
Diálogos gerados pelos discursos da Samarco	Respostas da Samarco para comentários realizados	70	3	13	86
	Diálogo entre os indivíduos	48	10	25	83
	Diálogo agressivo entre os indivíduos	10	7	6	23
	Diálogo enfrentando a resposta da empresa	10	1	4	15
	Diálogo apoiando a resposta da empresa	5	1	0	6

Fonte: Elaborado pela autora.

Verifica-se que os grupos mais frequentes dessa categoria foram *respostas da Samarco para comentários realizados* e *diálogo entre os indivíduos*. O primeiro grupo, com exemplo apresentado na figura 36, foi registrado, principalmente, no mês de novembro, o que indica que ao ocorrer o rompimento da barragem a empresa utilizou o Facebook mais ativamente para dialogar com os indivíduos respondendo dúvidas e informando algumas ações iniciais.

Figura 36 – Exemplo de comentário: respostas da Samarco para comentários realizados⁴¹



⁴⁰Exemplos dos comentários da categoria estão disponíveis no Anexo C.

⁴¹Comentário retirado da postagem de janeiro. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/posts/1694624514087697>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

Nesse grupo, os assuntos abordados pela Samarco em suas respostas aos usuários foram, principalmente, informações sobre disponibilização de hotéis e moradias para os desabrigados, informações sobre as causas do rompimento e informações sobre segurança e monitoramento das barragens, ambos presentes nas respostas da Samarco em comentários realizados no mês de novembro. Também com frequência, maior nos meses de novembro e janeiro, verificou-se respostas com informações sobre as ações desenvolvidas. Além desses assuntos, houve algumas respostas para solicitações que envolveram informações sobre o monitoramento dos impactos, a composição do rejeito, a distribuição de água, realização de doações e ajuda, e sobre a política de relacionamento no Facebook.

O segundo grupo de respostas com frequência nessa categoria é formado pelos *diálogos entre os indivíduos*, interações amigáveis ou consensuais, sendo que o maior destaque foi para as interações que apontavam a necessidade de respostas e soluções para a causa do rompimento, as ações desenvolvidas e para os impactos causados. A figura 37 exemplifica um dos diálogos desenvolvidos com essas características.

Figura 37 – Exemplo de comentário: diálogos entre os indivíduos⁴²



Também foram registradas interações frequentes quando um indivíduo comentava apoiando a mineradora e outros respondiam fazendo acusações para ela, e vice-versa; compartilhamento de informações sobre o acidente e ações, ou seja, interações que os usuários comentavam compartilhando alguma informação, não necessariamente com referência; e diálogos de apontamentos das responsabilidades da Samarco pelas causas do

⁴²Comentário retirado da postagem de dezembro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/photos/a.1669613553255460.1073741828.1669539876596161/1684616598421822/?type=3&theater>>. Acesso em: 8 dez. 2016.

acidente. Com pouca frequência, os diálogos apresentaram interações com apoio para a Samarco; sobre o papel da mineração para a sociedade; sobre a importância de ajudar o local atingido ao invés de fazer críticas para empresa.

O terceiro grupo de respostas verificado com frequência foi o de *diálogos agressivo entre os indivíduos*, marcada por interações com xingamentos, ironias e acusações entre os indivíduos. Os principais assuntos que ocasionaram essa forma de interação foram comentários de apoio para a Samarco com respostas de acusação, e vice-versa; comentários irônicos para os apoios realizados; acusações de ideologia partidária devido a opinião disseminada; e diálogos sobre a atividade da mineração para a sociedade.

Outros dois grupos presentes nessa categoria, *diálogos enfrentando a resposta da empresa* e *diálogos apoiando a resposta da empresa*, são resultantes das respostas da Samarco para os comentários realizados, ou seja, foram verificados a partir do grupo de respostas mais frequentes. De um modo geral, a partir das respostas dadas pela mineradora registrou-se poucas interações dos indivíduos, a maioria foi enfrentando o que foi dito pela empresa com comentários variados que apontavam que a informação fornecida era duvidosa; que a mineradora não estava fazendo mais que sua obrigação; que faltaram dados e justificativas na resposta realizada; que as ações eram enganosas; que ações para atender os atingidos não são efetivas diante do impacto causado; que as ações são lentas e, por isso, as consequências aumentam; e, que faltavam ações para os animais atingidos. Já as respostas que apoiavam a resposta realizada pela Samarco apenas agradeciam a informação e solicitavam ação ou reafirmavam o acompanhamento das ações para conter os impactos.

A partir dos grupos de respostas registrados na categoria de *diálogos gerados pelos discursos*, os principais fatores observados foram as possibilidades dialógicas proporcionadas pelo Facebook e, diante delas, a importância das informações e das respostas da organização para a sociedade. Destaca-se esses dois pontos, pois os diálogos gerados demonstram que tanto os indivíduos, quanto a Samarco, buscam, em suas interações, construir um novo olhar, seja compreendendo as medidas adotadas para recuperar e reparar os impactos ou sobre a agressão da mineradora para toda a sociedade.

Assim, as trocas realizadas disseminam informações que podem repercutir de diversas formas como, por exemplo, fazendo os indivíduos reconhecerem a gravidade do impacto, gerando apoio para as organizações e percepções positivas, ocasionando um movimento de pressões para ação, estabelecendo reflexões sobre as responsabilidades de toda a sociedade devido a dependência da atividade mineradora, entre outros. Por outro lado, é importante observar que elas demonstram um lado problemático das mídias sociais, pois

muitos comentários realizados geraram agressividade nas interações devido à discordância de opiniões, o que indica que ao dialogarem no ambiente digital, alguns indivíduos se sentem seguros e anônimos para serem violentos por não acreditarem em consequências para os seus atos.

A quarta categoria de análise, *comentários de compartilhamento de informação*, foi composta por respostas dos indivíduos que envolviam o compartilhamento de notícias, reportagens, imagens (fotografias e vídeos) e depoimento de pessoas da região. O grupo de resposta de maior frequência são as *referências informativas sobre o acidente*⁴³, e foi observado, também, que dentre os quatro grupos de respostas possíveis, um deles não foi abordado nenhuma vez, como demonstra o quadro 14.

Quadro 14 – Respostas na categoria de compartilhamento de informação

Categoria	Grupo de Respostas	Nov.	Dez.	Jan.	Total
Comentários de compartilhamento de informação	Referências informativas sobre o acidente	12	10	27	49
	Referências sobre os canais de atendimento	7	0	5	12
	Existência de referências que enfrentam o discurso	3	4	0	7
	Existência de referências que reafirmam o discurso	0	0	0	0

Fonte: Elaborado pela autora.

No grupo de respostas de maior destaque, *referências informativas sobre o acidente*, exemplificado na figura 38, os comentários dos indivíduos compartilharam conteúdo com referência aos impactos causados abordando, principalmente, a destruição ambiental e as consequências sociais. Os comentários realizados envolveram, como principal referência, conteúdos de notícias e reportagens de diversos portais e vídeos que mostravam o local atingido.

⁴³Exemplos dos comentários da categoria estão disponíveis no Anexo D.

Figura 38 – Exemplo de comentário: referências informativas sobre o acidente⁴⁴



Outros assuntos compartilhados com frequência nesse grupo abordaram sobre alcance da lama, com referências de reportagens e notícias sobre os impactos do rompimento chegarem ao mar e sobre a lama atingir a reserva de Abrolhos, localizada no estado da Bahia (Brasil); sobre as responsabilidades da Samarco e demais empresas pelo rompimento, com notícias que incluíam, além da vale e BHP Billiton, a responsabilidade de empresas acionistas da Vale; e, sobre a recusa do presidente da Samarco em dar entrevista para imprensa.

As referências menos frequentes compartilhadas continham informações sobre o novo código da mineração; sobre a Samarco não cumprir do termo de conduta e solicitações do ministério público; sobre as multas aplicadas pelo Ibama e bloqueio do dinheiro da empresa para reparação dos impactos; sobre instituições que estão ajudando os atingidos; fotos de Bento Rodrigues; e, depoimentos de vítimas e voluntários, fazendo solicitações para a Samarco por problemas que estavam enfrentando e apontando a situação dos locais atingidos.

O segundo grupo de respostas mais abordado nessa categoria, *referências sobre os canais de atendimento*, envolveu o compartilhamento de informações sobre o canal de atendimento criado pela Samarco em seu site com respostas para as dúvidas e questionamentos mais frequentes na sociedade e, com isso, disseminar as principais ações feitas pela mineradora para conter os impactos. Esse tipo de referência foi compartilhada pela Samarco ao responder comentários com questionamentos, dúvidas e solicitações.

⁴⁴Comentário retirado da postagem de janeiro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/posts/1694624514087697>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

O grupo de respostas, *existência de referências que enfrentam o discurso*, foi o terceiro mais frequente e se formou a partir de comentários que compartilhavam notícias e reportagens para rebater e confrontar o discurso disseminado pela mineradora no Facebook. Nesse grupo, foram registrados dois assuntos, sendo eles: respostas para a Samarco com referência que contradiz o discurso disseminado na postagem de dezembro sobre o atendimento às vítimas com notícias abordando sobre os problemas enfrentados pelos atingidos com moradia; respostas contradizendo o discurso sobre as causas do rompimento com referências de notícias sobre a mineradora possuir um laudo datado de 2013, o qual apontava riscos na barragem de Fundão.

O último grupo de resposta previsto nessa categoria, *existência referências que reafirmam o discurso*, foi criado com a intenção de encontrar comentários com compartilhamento de referências que demonstrassem a ação e atitudes da Samarco diante do impacto. Porém, apesar dos apoios para a mineradora e respostas positivas sobre ela, não foram verificadas referências, sejam notícias, reportagens ou depoimentos, para reafirmar a informação disseminada pela empresa, é interessante destacar, ainda, que, mesmo nas mensagens de apoio, normalmente, havia percepção dos impactos causados. No geral, as referências analisadas foram formadas por reportagens e notícias que abordavam impactos e consequências, esperava-se, nesse grupo, reconhecer depoimentos, por exemplo, de empregado, de voluntários e de moradores ou atingidos.

Reconhecendo como os grupos de respostas se caracterizaram nessa categoria, entende-se que seu principal fator são as possibilidades de acesso à informação que a internet e, principalmente, as plataformas de interação e comunicação, forneceram aos indivíduos. As possibilidades de repercutir reportagens, notícias, fotos, depoimentos nos comentários realizados a partir do discurso da Samarco e, até mesmo, nos diálogos gerados nas postagens, indicam que as mídias sociais aumentaram as oportunidades para disseminar conteúdos sobre um determinado assunto para um grupo de pessoas, o que cria condições para ampliar as fontes de informação, gerar mais conhecimento, construir ou influenciar as opiniões e perspectivas sobre o rompimento e, até mesmo, confirmar ou indagar a legitimidade das informações transmitidas pela empresa.

A quinta, e última, categoria de análise, *comentários que relacionam questões políticas com o acidente*⁴⁵, é formada por respostas a partir do discurso da Samarco que refletem o contexto político brasileiro e justificam ou comparam o ocorrido a partir dele. Diante

⁴⁵Exemplos dos comentários da categoria estão disponíveis no Anexo E.

disso, o quadro 15 demonstra a frequência desses comentários a partir dos grupos de respostas que envolveram percepções políticas, sendo interessante observar que, apesar de possuírem frequências variadas, todos os grupos de comentários políticos foram registrados, na maioria das vezes, em todos os meses.

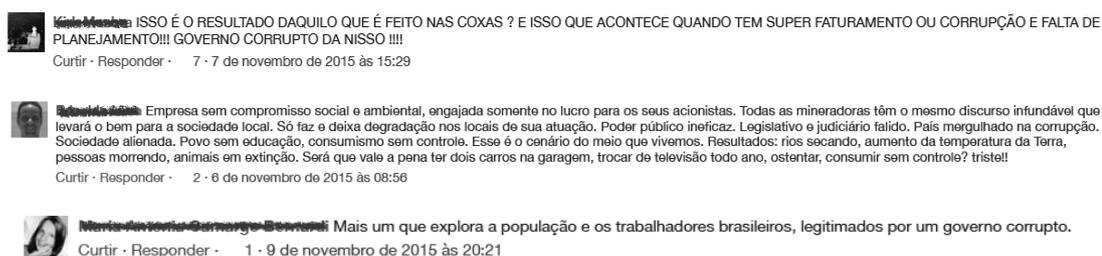
Quadro 15 – Respostas na categoria de comentários políticos

Categoria	Grupo de Respostas	Nov.	Dez.	Jan.	Total
Comentários que relacionam questões políticas com o acidente	Relação do acidente com a corrupção no governo	16	5	4	25
	Justiça brasileira é falha	9	1	1	11
	Omissão dos governos federal, estadual e municipal	8	2	0	10
	Referências sobre a incapacidade do Governo Federal	2	1	7	10
	Papel dos órgãos públicos e do governo	6	1	0	7
	Reflexo da irresponsabilidade dos três poderes	2	0	1	3
	Acusações sobre o financiamento de campanha política	1	1	1	3

Fonte: Elaborado pela autora.

Nos resultados disponibilizados pelo quadro, verifica-se que o grupo de respostas com maior frequência foi dos comentários que apontam a *relação do acidente com a corrupção no governo*. Nesse grupo, os principais assuntos que caracterizaram os comentários foram em relação a corrupção impedir a punição da Samarco, normalmente associando com pagamento de propina para o governo não criminalizar a empresa; a corrupção ter causado o acidente e a corrupção ter permitido a barragem funcionar, ambos relacionados ao pagamento de propina para possibilitar as operações da Samarco sem fiscalização adequada; referência ao Partido dos Trabalhadores (PT) por permitir e ser responsável pela corrupção no país; e, em relação ao governo aplicar multa apenas para ganhar dinheiro por ser corrupto. A figura 39 apresenta alguns exemplos de comentários que envolvem esse grupo.

Figura 39 – Exemplo de comentário: relação do acidente com a corrupção no governo⁴⁶



⁴⁶Comentários retirados da postagem de novembro. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SamarcoMineracao/videos/vb.1669539876596161/1677312602485555/?type=2&th eater>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

Cabe observar, nesse grupo, que os comentários políticos realizados, na maioria das vezes, não eram coerentes nas informações e críticas ao governo, pois foram verificadas relações sem sentido entre o acidente e a corrupção. Esse fato é recorrente em diversas situações nas mídias sociais desde a intensa discussão política e retrata a facilidade em compartilhar informações sem fonte, sem embasamento e, até mesmo, falsas. Apesar disso, as relações que fizeram sentido, normalmente, citavam a corrupção na fiscalização das barragens, sugerindo compra de laudos, de fiscais e negociação com políticos para facilitar a atividade.

Foram frequentes, também, os grupos de respostas que indicavam que a *justiça brasileira é falha, a omissão dos governos federal, estadual e municipal e referências sobre a incapacidade do governo federal*, sendo que os principais assuntos que envolveram esses grupos foram, respectivamente, a percepção de que a justiça brasileira não é capaz de punir a empresa, pois os ricos e poderosos nunca são punidos no país; o fato das três instâncias do governo (federal, estadual e municipal) serem omissas nas diversas situações que envolvem a ação das empresas e interesses públicos; e, acusações que o governo federal é incapaz de agir para atendimento e recuperação dos impactos em comparação com a Samarco, que tem mais poder e mais seriedade.

Os grupos menos frequentes foram *papel dos órgãos públicos e do governo*, que envolveu comentários sobre as responsabilidades de ambos para a fiscalização da mineração e para ajudar nos impactos; *acusações sobre o financiamento de campanha política*, em que a Samarco foi acusada de financiar as campanhas de políticos para atender seus interesses econômicos; e, o grupo de respostas *reflexo da irresponsabilidade dos três poderes*, com comentários que apontaram o desinteresse do poder executivo, legislativo e judiciário com questões públicas.

Nessa categoria, refletindo sobre os grupos de respostas e os assuntos associados a eles que foram verificados na análise, o principal fator a ser destacado é em relação as influências do contexto em que os indivíduos estão envolvidos para estimular respostas diante do discurso organizacional. Sendo assim, entende-se que o atual cenário político brasileiro faz com que sejam realizadas associações com os problemas enfrentados pela sociedade, as quais podem impactar na formação de percepções sobre as organizações, direta ou indiretamente, responsáveis por um acidente e, por isso, considerar as diversas situações que ocorrem diariamente na vida dos indivíduos torna-se importante para as organizações terem credibilidade e legitimidade.

Ao considerar os resultados observados na análise das cinco categorias e dos 33 grupos de respostas, foi verificado que, de um modo geral, as percepções negativas em relação ao impacto causado pela Samarco são as principais características das respostas realizadas a partir dos discursos da mineradora nas três postagens. Nas cinco categorias e nos 33 grupos de respostas os comentários demonstram indignação, consequências, preocupação, necessidade de soluções e de atender aos impactos causados e falta de credibilidade nas informações transmitidas. Muitos deles foram realizados para reprovar a empresa e, mesmo aqueles que a apoiaram, acompanharam uma percepção das consequências causadas para os indivíduos e meio ambiente.

Entre críticas e apoios, compreende-se que as respostas dadas representam, em sua maioria, questionamentos da ação organizacional e que os discursos disseminados geram reações nos indivíduos que representam desafios para as organizações. Diante disso, cabe olhar os resultados a partir das mudanças enfrentadas pelas organizações na sociedade conectada com o uso de plataformas interativas de comunicação, que possibilitam, cada vez mais, o diálogo, a participação o compartilhamento de conteúdos, para discutir quais os desafios que as organizações passam a enfrentar.

4.4 Discussão dos resultados: apontamentos sobre as respostas realizadas a partir do discurso da Samarco

A partir dos resultados obtidos com a análise dos comentários realizados nas postagens da Samarco, cabe estabelecer relações entre o que foi observado e os principais conceitos que traçaram o raciocínio desta pesquisa para possibilitar a discussão dos desafios que as organizações enfrentam na relação com a sociedade conectada.

Os estudos realizados na fundamentação teórica partem de uma reflexão sobre as transformações ocasionadas para as organizações com o desenvolvimento tecnológico considerando, principalmente, o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação. Com isso, verifica-se que ocorreram diversos efeitos para a relação entre elas e a sociedade, pois surgiram tecnologias que refletem em exposições da organização e sua ação e permitem maior aproximação dos indivíduos. São mudanças que as tornam reconhecidas como atores sociais por evidenciarem suas funções sociais, econômicas e políticas (DIAS, 2008; FERRARI, 2011)

Outro fator que fortalece os efeitos causados para essa relação é o advento de uma sociedade movida pela importância e desejo de informação, a qual moldou uma nova

economia e se tornou fonte de desenvolvimento por meio de tecnologias capazes de processar informação e gerar conhecimento (CASTELLS, 2002). Os resultados são reflexos para as organizações, para o mercado global e, com isso, para o comportamento dos indivíduos dessa sociedade. O desenvolvimento tecnológico, portanto, acompanha mudanças políticas, econômicas, sociais, globais, acarretando em consequências que ampliam as responsabilidades das organizações devido, por exemplo, as questões emergentes: aumento populacional, desemprego, efeitos negativos para o meio ambiente, etc. (GRAYSON; HODGES, 2002).

Em um cenário com tecnologias capazes de informar e comunicar, que ampliam o conhecimento dos indivíduos sobre os impactos da atividade organizacional e sobre o poder das organizações na sociedade, cobranças por ética e compromisso social se fortalecem, alguns valores e princípios se tornam globais, principalmente, em relação às práticas de condução dos negócios e de políticas ambientais (GRAYSON; HODGES, 2002; SROUR, 2013; VELOSO, 2005). Entende-se que o comportamento dos indivíduos é reflexo de todas as mudanças e, por isso, surge um cidadão mais ativo, o qual, com acesso à tecnologia, é mais organizado e mobilizado e, portanto, faz mais pressões (SROUR, 2013). Como consequência: as organizações precisam atender aos interesses da sociedade, se aproximar dos indivíduos, se relacionar e assumir sua função política, ou seja, sua responsabilidade por questões que envolvem todo o ambiente coletivo (FERRARI, 2011).

Considerando esse contexto, o acidente ambiental causado pela Samarco Mineração insere-se como um bom exemplo para discutir como os indivíduos, considerados cidadãos mais ativos, fazem todas essas cobranças por meio das oportunidades oferecidas pelas tecnologias. A análise de conteúdo dos comentários nas postagens da mineradora no Facebook permite estabelecer alguns apontamentos sobre os fatores que envolvem as respostas realizadas pelos públicos a partir dos discursos da empresa.

Dessa forma, destacam-se quatro observações a partir das respostas, que representam reflexos das tecnologias de informação e comunicação para a relação entre organizações e sociedade. A primeira delas é em relação à informação, em que foi possível observar o desejo de informação dos indivíduos, os quais, com a repercussão do acidente, utilizaram o Facebook em busca de notícias sobre as causas do rompimento, sobre as ações que seriam desenvolvidas, para solicitar diversas informações. O desejo também demonstra a importância da informação para a sociedade e para a organização, pois a plataforma permite disseminá-la em tempo real atendendo aos interesses dos indivíduos e agindo como uma estratégia organizacional para reafirmar comprometimento e ação diante do ocorrido. Por

último, destacam-se as possibilidades de acesso à informação e compartilhamento de conteúdos por meio da internet, pois foi verificado que tanto os indivíduos quanto a Samarco puderam disseminar conteúdos de diversas fontes para ampliar o conhecimento dos indivíduos sobre o acidente. Com essas possibilidades ocorram debates sobre assuntos relacionados ao acidente, influência de opiniões sobre o ocorrido e incentivo para mobilização, seja de ajuda para a empresa e região atingida ou na realização de cobranças para a mineradora.

A segunda observação refere-se ao papel da comunicação para as organizações em um cenário midiático, reconhecendo sua importância para gerar relacionamentos e gerir imagem e reputação. Tanto os apoios registrados para a mineradora, quanto os confrontos podem ser associados aos resultados de comunicação da organização com seus públicos. No caso da Samarco, é importante destacar que a empresa passou a utilizar o Facebook para se comunicar com a sociedade apenas algumas semanas antes do acidente, além disso, com a repercussão do rompimento sua página passou a ser mais visitada e curtida. Com isso, entende-se que o pouco contato e relacionamento com a sociedade pode ser um dos motivos da maioria das respostas realizadas a partir dos discursos representarem confrontos e percepções negativas sobre a empresa, indicando, principalmente, falta de credibilidade em relação a ação e atitude diante dos impactos causados.

Outro ponto relacionado são os impactos gerados a partir do discurso disseminado, como foi observado os discursos geraram respostas específicas: em novembro percepções de impacto, cobranças e apontamentos de responsabilidade; em dezembro as atitudes foram questionadas, foram atribuídas características à empresa e apontadas inconsistências entre o discurso e a prática; e, em janeiro foram registradas muitas defesas para a empresa. Diante disso, verifica-se que os discursos analisados resultaram em enfrentamentos, quando transmitiam dados e informações sobre as medidas adotadas pela empresa, e empatia, ao se comunicar a partir da imagem dos empregados.

A terceira observação está associada às oportunidades dialógicas e participativas das mídias sociais. Ao levantar o número de postagens e de interações nos meses após o rompimento e ao verificar as respostas realizadas a partir do discurso da Samarco, percebe-se que a página serviu como um ambiente para interações entre a empresa e a sociedade, o qual envolveu oportunidades para os indivíduos se expressarem, dialogarem entre si e com a mineradora, e para a mineradora responder, mesmo com baixa frequência, alguns questionamentos e solicitações.

As oportunidades de diálogo e participação são verificadas ao relacionar os assuntos de todas as postagens realizadas nos três meses com as respostas analisadas nas três postagens de cada mês. Os assuntos envolveram em novembro informações gerais sobre o rompimento e primeiras ações, diante disso as respostas foram em relação às cobranças de ação; em dezembro, disseminação de informações sobre as ações e seus números de alcance com respostas que questionavam a atitude da mineradora; e, em janeiro, balanço de ações com aumento de respostas de apoio. Considerando essa relação, entende-se que existam trocas e influências geradas pela participação dos indivíduos nas informações disseminadas pela Samarco.

Por último, a quarta observação é a influência de contextos e da mídia tanto para a participação dos indivíduos nas postagens da Samarco, quanto para os tipos de respostas que são realizadas a partir do discurso. O principal fator que envolve essa observação é a quantidade de comentários políticos feitos nas postagens apontando responsabilidades do acidente para os governantes brasileiros. É interessante observar que, apesar da crise política enfrentada no país, esses comentários poucas vezes fizeram relações coerentes nos apontamentos, sendo que, àqueles que fizeram, acabam atingindo não apenas a conduta ética da Samarco, como, também, de outra organização. Além disso, entende-se que a amplitude e repercussão do acidente insere a sociedade em um contexto que gera, em sua grande parte, questionamentos, enfrentamentos e percepções negativas para a Samarco, o governo e organizações que estão relacionadas à mineradora: Vale, BHP Billiton, acionistas da Vale.

Diante disso, verifica-se que a intensa cobertura da mídia, assim como os conteúdos mais compartilhados na internet, tanto em relação aos impactos do acidente, quanto à crise política, possuem uma provável influência pelas interações dos indivíduos no Facebook da Samarco e pelos comentários relacionados aos impactos e às questões políticas. Os contextos e como eles podem afetar a comunicação entre organizações e sociedade, principalmente, no cenário midiático, enaltecem as reflexões da função política das organizações ao serem responsáveis por questões que afetam o ambiente coletivo.

A partir das observações, cabe refletir sobre as questões teóricas e interpretá-las a partir dos resultados expostos, olhando para a relação das organizações com a sociedade conectada. Assim, considerando o cenário de transformações que as organizações se inseriram com o desenvolvimento tecnológico e a ampliação de suas responsabilidades, os resultados da análise geram algumas perguntas relativas aos conceitos estudados: como olhar as possibilidades dialógicas e participativas? O que representa a comunicação entre organizações e sociedade no Facebook? O que apontam as interações sobre as pressões cidadãs?

De acordo com os estudos realizados, as possibilidades dialógicas e participativas das mídias sociais se fortalecem, cada vez mais, e estão se tornando um potencial para as relações tanto para a sociedade, quanto para as organizações. Nesse sentido, por elas serem plataformas com muitas opções de interatividade e produção e consumo de conteúdo, representam um universo de fenômenos comunicativos e discursivos (RECUERO, 2010; RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015) e criam condições para alternativas sociais e culturais (LÉVY, 2000).

Verifica-se, portanto, que o surgimento das mídias sociais estabelece uma nova perspectiva para as relações, em que, olhando para este estudo, os indivíduos têm um espaço para se expressar, sem serem controlados, as organizações têm um espaço para se apresentar e informar. Essa dinâmica é evidente nas trocas estabelecidas no Facebook da Samarco, indicando o uso do ambiente digital para interagir com a mineradora e como um meio para realizar cobranças e questionamentos diante do impacto, o que seria mais difícil sem as possibilidades fornecidas pelo desenvolvimento tecnológico.

Os fenômenos comunicativos, discursivos, sociais e culturais associados às mídias sociais, refletem o que se entende na perspectiva da participação, por isso o primeiro ponto a ser discutido é em relação ao que é considerado participação. Entende-se que o envolvimento dos indivíduos em assuntos coletivos que eles possam se expressar seja, ainda que de forma mínima, participação. Nesse sentido, o acidente da Samarco é o primeiro caso grave de impacto causado por uma organização no Brasil, que teve atuação da organização privada no Facebook informando ativamente e dialogando ocasionalmente, o que possibilitou aos indivíduos se envolverem e interagirem com as informações disseminadas.

A partir dessa perspectiva, acredita-se que ainda existem barreiras para a participação no sentido das oportunidades não de expressão, mas de ação dos indivíduos. Porém, o processo de participação é conquistado e exige tempo, mas, mesmo sendo mínimo, oferece possibilidades participatórias (DEMO, 1999), por isso acredita-se que é possível o ambiente digital se tornar um meio para ações e comunicação participativa, que influencie as organizações.

O cenário atual demonstra que os indivíduos já fazem parte de uma cultura participativa, proporcionada pelas TICs, que os afastam de uma posição de receptor passivo e os inserem como integrantes dos processos de construção, criação e compartilhamento de informação e conteúdo atendendo aos interesses coletivos (JENKINS, 2009; JENKINS; FORD; GREEN, 2014). Assim, a interação na página da Samarco, os questionamentos de atitude, o compartilhamento de informações para confrontar os discursos são exemplos da

participação de indivíduos mais ativos e participativos que, ao terem uma percepção e receberem informações que não acreditam, enfrentam a organização. Além disso, a existência de respostas da empresa e as alterações das informações transmitidas, indica um possível cenário do processo de conquista da participação.

Apesar desses indícios, ainda existem questões que envolvem a forma de participar e, principalmente, como utilizar as mídias sociais para efetivar a participação e gerar contribuições coletivas. Porém, entende-se que ao interagir em um ambiente de múltiplos olhares onde os indivíduos dialogam entre si, cooperam para construir percepções e todos podem, potencialmente, contribuir, crescem as oportunidades para os resultados coletivos. Considerando as responsabilidades sociais das organizações e a quantidade de respostas que envolveram apontamentos de impactos no caso estudado, os diálogos entre os indivíduos e os diversos comentários são, em sua maioria, exemplos dessas interações por estimularem a reflexão de outros indivíduos que vão se informar pelas postagens sobre o acidente.

Analisando as respostas nas publicações, verificou-se que os enfrentamentos utilizam argumentos apoiados na irresponsabilidade da mineradora devido ao impacto causado, demonstrando que, independente da importância da atividade para os indivíduos e economia, é inadmissível que uma empresa cause um acidente de tanta proporção e continue atuando ou não seja criminalizada. Nesse sentido, entende-se que um grupo de pessoas disseminando essas reflexões pode estimular que outros indivíduos passem a compartilhar as mesmas ideias e, assim, coletivamente consigam garantir ações e pressionar decisões para e diante do ocorrido.

Protestos realizados ou disseminados na internet que refletiram em alterações de decisões políticas, mudanças de discursos de empresas devido a preconceitos propagados em campanhas publicitárias, cancelamento de eventos, repercussão de reclamações sobre produtos com defeitos, alimentos contaminados, entre outros, demonstram que o compartilhamento, a repercussão e alcance resultam em mudanças na ação organizacional e na relação com os indivíduos. Nesse sentido, olha-se para o caso da Samarco, como mais um exemplo em que os indivíduos podem agir pela rede exigindo cobranças e atitudes em busca de mudanças e reflexos para as ações da empresa e, até mesmo, influenciando em seus negócios.

O potencial para ação coletiva nas mídias sociais é um dos fatores que chama bastante atenção ao analisar as respostas dos indivíduos aos discursos da Samarco. Elas reforçam que as mídias sociais possuem possibilidades, não apenas para ampliar o debate e os

ambientes de discussão, mas também, para criar condições de mobilização. Portanto, é possível utilizá-las para contribuir no âmbito coletivo devido as oportunidades de participação, marcadas pelas interações entre os indivíduos e com a empresa e pelo compartilhamento de informações, e devido as oportunidades de mobilização, entendendo que a quantidade de indivíduos que confrontam a ação organizacional pode pressionar e se organizar para protestar.

Diante disso, ao se mostrarem potencializadoras da ação coletiva, entende-se que as mídias sociais fortalecem a ideia da inteligência coletiva (LÉVY, 2000). É evidente que existem barreiras de inclusão, de aprendizagem, de conhecimento, mas a forma como elas estão sendo utilizadas pelos indivíduos, as respostas registradas para a Samarco, as interações e diálogos verificados indicam ser possível encontrar soluções para problemáticas, engajar pessoas em causas, discutir sobre assuntos diversos a partir do compartilhamento de conhecimentos e opiniões, resultando no crescimento coletivo.

No cenário das potencialidades dialógicas e participativas, ampliam-se os desafios para a relação das organizações com a sociedade e as inserem em um cenário mais complexo. Os indivíduos estão com mais liberdade para expor opiniões e se envolverem em diversas situações de enfrentamento das atitudes organizacionais, o que antes do advento das TICs não se imaginava ser possível. Com isso, as responsabilidades das organizações para a sociedade ganham visibilidade, são mais conhecidas e, portanto, construir relacionamentos e gerir uma forte imagem e reputação depende, cada vez mais, da perspectiva relacional da comunicação (LIMA, 2008; OLIVEIRA; PAULA, 2010).

Ou seja, uma comunicação que entenda o processo de comunicação como uma construção entre interlocutores e não como emissão e recepção, considerando cada vez mais o envolvimento dos indivíduos, suas perspectivas e contextos para a construção de sentidos sobre a organização, incluindo significados em relação aos compromissos sociais. Para isso, comunicar pelas mídias sociais, além de estratégico, pode criar uma relação participativa e dialógica para equilibrar os interesses dos indivíduos e das organizações. Olhando para a análise realizada, percebe-se que a Samarco, além de estar presente há pouco tempo no Facebook quando ocorreu o acidente, deixa dúvidas sobre o preparo e disposição para dialogar, pois considerando o alcance das postagens, foram registradas poucas respostas para os comentários, praticamente todas elas eram padronizadas. Além disso, ao analisar a quantidade de postagens realizadas entre os meses de novembro, dezembro e janeiro, é evidente que a mineradora estava presente no Facebook, mas utilizou esse ambiente como um canal de emissão de informação e não de diálogo.

A falta de uma perspectiva relacional na comunicação, que possibilite relacionamento dialógico e participativo, pode ser responsável pelos resultados de percepções negativas, ou seja, sem diálogo o olhar negativo sobre a empresa pode ter sido ampliado; pelas críticas, às vezes agressivas, realizadas aos indivíduos que declararam apoio e defesa para a mineradora; pela falta de credibilidade em relação às informações e às atitudes referentes as medidas de reparação e recuperação. Além disso, outro fator são as reações aos discursos, as quais foram contra os objetivos e interesses da empresa, pois geraram dúvidas, questionamentos, enfrentamentos, enquanto ela buscava demonstrar seu compromisso.

Nesse sentido, além do conteúdo disseminado é preciso entender que para construir laços mais positivos, mesmo diante de impactos, torna-se fundamental compreender e considerar os contextos que os indivíduos estão envolvidos. Em um cenário de crise e conflitos políticos no país, em que os indivíduos passam a duvidar da conduta ética das organizações devido ao número de escândalos que são descobertos, a Samarco deveria, por exemplo, garantir mais transparência diante do ocorrido. Apesar das constantes informações disseminadas, essa não foi uma atitude reconhecida nas respostas analisadas, foi perceptível que os indivíduos estavam envolvidos por dúvidas constantes e incômodos sobre a situação.

O próprio cenário conectado e as notícias que circulam na mídia criam um contexto a ser considerado, pois são muitas informações, muitas imagens, depoimentos que geram as percepções dos indivíduos. A comunicação organizacional sofre influências de fatores e situações que, muitas vezes, não surgem da intenção e sentido que as organizações querem construir sobre elas. Nesse cenário, elas perdem poder e controle da comunicação e são envolvidas pela constante em um constante produção e disputa de sentidos (BALDISSERA, 2009). Como consequência, elas enfrentam mais conflitos, principalmente ao causarem impactos ou incoerências, tornando mais complexo o relacionamento e os vínculos de confiança, como no caso da Samarco.

Diante disso, acredita-se que, por não ser reconhecida a comunicação a partir da perspectiva relacional, ou seja, dialógica e interacional, a Samarco poderá enfrentar, por um longo tempo, efeitos negativos para sua imagem e, conseqüentemente, para sua reputação, além dos efeitos causados para esses ativos pela proporção do acidente. É interessante que, do ponto de vista das participações dos indivíduos nas postagens, essa perspectiva é evidente, por isso quanto menos contato, maiores as pressões, principalmente, em uma sociedade que os indivíduos não precisam apenas de informações das organizações para construir significados sobre ela e sobre sua atuação.

Ao menos teoricamente, é compreendido que as mudanças enfrentadas pelas organizações são resultados, dentre outros fatores, de pressões cidadãs e que, cada vez mais, elas se fortalecem, pois os indivíduos estão se tornando cidadãos mais ativos e mobilizados (SROUR, 2013). Nesse sentido, a quantidade de respostas e, principalmente, a quantidade de respostas que envolvem questionamentos e enfrentamentos das atitudes da mineradora diante dos impactos, podem representar pressões que resultarão em dificuldades para a empresa.

Ao olhar para as respostas realizadas e para a concordância entre os indivíduos que medidas precisam ser tomadas, a análise compreende que esse tipo de participação gera pressões e mobilizações, ainda que no ambiente virtual, devido as indagações em comum, os compartilhamentos e as interações. É preciso, a partir de outro tipo análise, verificar como essas pressões saem do ambiente digital para o ambiente real e afetam as organizações. Porém, é evidente que os movimentos das organizações estão sendo observados, analisados, comentados, que as incoerências nos discursos são mais perceptíveis e que existem mais alternativas para a exigência do compromisso social nas relações que as organizações estão desenvolvendo com a sociedade (GRAYSON; HODGES, 2002; SROUR, 2013).

Caso contrário, qual seria o motivo da presença de tantas organizações, públicas e privadas, nas mídias sociais e, principalmente, qual seria o motivo de uma empresa do setor base, que não depende diretamente do consumidor para seus resultados de negócios, estar presente nas mídias sociais objetivando estabelecer relacionamento. Acredita-se que, de alguma forma, mesmo os indivíduos que não representam economicamente a mineradora, podem afetar, com suas opiniões e percepções, sua atuação e legitimação.

Portanto, a análise dos comentários realizados nas postagens da Samarco, indica que as possibilidades dialógicas e o potencial de participação, devido ao cenário midiático e conectado, ampliam pressões e que, por isso, os indivíduos são mais influentes para as organizações. Assim, entende-se que as organizações não podem atuar como sempre atuaram (SROUR, 2013), pois os questionamentos e enfrentamentos que surgem, no ambiente digital, diante de um impacto gerado, estão referenciando os valores que envolvem conduta ética, o que pode afetar a legitimação das organizações a partir da relação que elas mantêm com a sociedade.

Ao verificar os questionamentos e as cobranças, ou seja, a potencialidade para pressões a partir das mídias sociais, é possível olhar para relação das organizações com a sociedade conectada a partir da perspectiva do sistema de resposta social (BRAGA, 2006). A análise demonstrou que os discursos geraram estímulos e respostas nos indivíduos que possibilitam reações para a intervenção crítica das organizações, estímulo de processos

socialmente responsáveis, disseminação de conhecimento, incentivo ao pensamento crítico sobre a atuação organizacional e utilização das mídias sociais como um dispositivo para os indivíduos defenderem interesses coletivos e as organizações darem retornos à sociedade. Assim, entende-se que os processos midiáticos, apontados pelo autor, assim como os discursos organizacionais disseminadas nas mídias produzem respostas capazes de influenciar a forma como a sociedade age e interage com as organizações a partir da mídia.

As pressões digitais representam essas respostas e geram desafios, pois são acompanhadas de uma série de transformações dos indivíduos e oportunidades que permitem liberdade para interagir, estimulam o desejo de participar, criam meios para repercutir e compartilhar informações em diversos formatos, condicionam a perspectiva dialógica, intensificam os enfrentamentos e potencializam a ação coletiva e as mobilizações. Com isso, a principal oportunidade para as organizações é aproveitar as potencialidades das mídias sociais e se inserirem na perspectiva relacional por meio de processos dialógicos e participativos que considerem o contexto social que estão envolvidas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As potencialidades das tecnologias de informação e comunicação estão transformando a dinâmica dos relacionamentos entre organizações e a sociedade. Com meios para compartilhar informações, dialogar e participar os indivíduos se envolvem, cada vez mais, em debates e causas com que se identificam e que, muitas vezes, refletem em questões de âmbito coletivo. Nesse contexto, cria-se condições para que as atitudes organizacionais sejam enfrentadas e novos olhares influenciem novos comportamentos.

Diante disso, as análises desenvolvidas nesta pesquisa objetivaram discutir sobre os desafios enfrentados pelas organizações em sua relação com a sociedade considerando o cenário em que as mídias sociais ampliam as possibilidades para os indivíduos responderem diante das atitudes organizacionais e seus impactos. Para isso, foram realizados três procedimentos metodológicos: a pesquisa bibliográfica, para compor a fundamentação teórica; a pesquisa documental, para apresentar informações sobre os impactos causados pelo rompimento da barragem de minério da Samarco; e uma análise de conteúdo para verificar as respostas dos indivíduos a partir dos discursos disseminados pela mineradora no Facebook.

A partir da fundamentação teórica foi possível refletir sobre as transformações enfrentadas pelas organizações com o desenvolvimento das TICs, principalmente, em relação as suas atitudes. Os estudos realizados demonstraram que os indivíduos, por meio das mídias sociais, interagem mais com as organizações, compartilham e acessam conteúdos e informações sobre elas e percebem, com mais facilidade, as incoerências entre discursos e atitudes. Assim, as organizações são envolvidas por maiores cobranças referentes à conduta ética, responsabilidade social, transparência e diálogo e passam a ser mais influenciadas pelas percepções de seus públicos. Por isso, acredita-se que elas estão inseridas em um complexo cenário que condiciona a comunicação organizacional a adotar uma perspectiva relacional, a qual torna fundamental compreender e reconhecer a comunicação enquanto construtora de sentidos a partir da interlocução entre organização e seus públicos e, portanto, precisa considerar os diversos contextos em que os indivíduos estão envolvidos, além de dialogar e permitir a participação deles no processo comunicativo.

A pesquisa documental foi importante para entender a repercussão e os impactos do acidente ambiental em Mariana (MG). A partir dela, verificou-se que o rompimento da barragem causou, para a sociedade, impactos ambientais, sociais, econômicos e políticos, e, para a Samarco, impactos relacionados à sua imagem e reputação. Reconhecer os principais impactos orientou a análise das postagens da Samarco e permitiu refletir sobre o papel da

mídia para informar e condicionar a percepção e participação dos indivíduos, pois entende-se que a repercussão do acidente estimulou a procura pela página da empresa no Facebook e, conseqüentemente, as respostas realizadas a partir do discurso disseminado.

A análise de conteúdo, realizada em duas etapas, demonstrou, inicialmente, os assuntos que envolveram os discursos da Samarco nos meses de novembro, dezembro e janeiro, após o acidente. A análise das temáticas apontou que o principal foco da mineradora foram discursos com características organizacional ou social que abordavam, respectivamente, o balanço de ações realizadas para recuperar e reparar impactos sociais e ambientais e atendimento aos atingidos pelo rompimento. Posteriormente, a análise dos comentários nas postagens de maior repercussão registrou uma série de respostas realizadas a partir do discurso da mineradora, demonstrando indivíduos interagindo ativamente com a empresa, compartilhando e solicitando informações, cobrando, questionando e enfrentando, e, em alguns casos, apoiando a Samarco.

Destacando os principais resultados alcançados em todo o processo da pesquisa, resgata-se as questões motivadoras deste estudo e o que foi percebido em relação a elas: As mídias sociais possibilitam enfrentamentos das atitudes organizacionais? Como os indivíduos agem diante de impactos causados pelas organizações? A participação dos indivíduos em questões de âmbito coletivo pode transformar os discursos das organizações? Como pressões no ambiente digital podem alterar a forma como as organizações se relacionam com a sociedade?

Refletindo sobre as mídias sociais possibilitarem enfrentamentos das atitudes organizacionais, acredita-se que os resultados indicam oportunidades favoráveis. A quantidade de respostas que demonstraram percepções de impacto, realizaram cobranças, questionaram a ação da Samarco, apontaram responsabilidades, atribuíram características negativas à mineradora, duvidaram do discurso, compartilharam informações sobre conseqüências e a quantidade de diálogos gerados, sugerem que é possível enfrentar as atitudes organizacionais por meio de interações com as organizações nas mídias.

Em relação à ação dos indivíduos nas mídias sociais diante de impactos causados verificou-se, com frequência, cobranças, questionamentos, diálogos sobre o acidente e as medidas de recuperação e reparação e alguns apoios para a ação da Samarco. Entende-se, portanto, que a reação deles, ao saberem de graves impactos ou, até mesmo, verificarem incoerências e discursos preconceituosos, é questionar as organizações sobre suas atitudes. Diante disso, é interessante destacar que as respostas a partir do discurso organizacional nem sempre estão relacionadas às informações disseminadas, elas podem ser carregadas de

percepções adquiridas pelos indivíduos em um determinado contexto e a partir de outras informações que eles têm acesso.

Diante da indagação sobre as influências da participação dos indivíduos em questões de âmbito coletivo para os discursos das organizações, a pesquisa aponta que, ao considerar gestão da imagem e reputação como objetivos de comunicação organizacional durante uma crise, percebe-se que as repercussões dos discursos podem influenciar na forma de se comunicar e o que divulgar. Assim, verificando as percepções negativas, cobranças e questionamentos realizados pelos indivíduos nas postagens da Samarco e que, ao longo dos três meses, a empresa abordou em suas publicações novos assuntos e disseminou dados sobre as ações de recuperação e reparação dos impactos, existe uma influência do que os indivíduos respondem para o que a empresa diz.

A última questão motivadora envolveu uma reflexão sobre as transformações que podem ser ocasionadas por pressões no ambiente digital para a relação das organizações com a sociedade. A partir do estudo realizado, acredita-se que devido a repercussão de informações sobre impactos negativos causados por uma organização nas mídias sociais, as organizações mudam sua forma de agir, pois entendem que as interações e compartilhamentos podem gerar uma construção de sentidos coletiva de percepções negativas, afetando os interesses e resultados organizacionais. Por esse motivo, pressões de indivíduos ou grupos mobilizados podem ter efeitos favoráveis aos indivíduos e aos interesses coletivos.

As reflexões sobre as questões motivadoras colaboram para discutir a principal questão que esta pesquisa se propõe a responder: quais os desafios que as mídias sociais criam para a relação das organizações com a sociedade em um contexto que os indivíduos possuem possibilidades para dialogar diante de impactos causados pela ação das organizações?

O primeiro desafio refere-se sobre à forma como os indivíduos utilizam as mídias sociais atualmente, pois por meio delas eles estão disseminando opiniões, acessando e compartilhando conteúdos, reforçando ou construindo laços com amizades antigas e novas, buscando recomendações, divulgando e apoiando causas ou ideologias, protestando sobre questões políticas, sociais, culturais, sobre serviços e produtos de empresas, realizando compras, reproduzindo informações sobre situações que ocorrem em todo o mundo. São inúmeras as possibilidades de interação nas mídias sociais que permitem a comunicação entre indivíduos para diversas ações, por isso, se mostram cada vez mais ativas no cotidiano das pessoas representando seus interesses. Nesse sentido, o grande desafio para as organizações é acompanhar esse uso e conseguir equilibrar os interesses dos indivíduos e os interesses organizacionais criando vínculos fortes em um ambiente volátil e com muitas informações.

Nesse contexto, sugere-se um segundo desafio para as organizações diante do advento das mídias sociais. Em uma sociedade midiaticizada, em que a lógica de emissor e receptor se rompeu, pois todos os indivíduos podem potencialmente contribuir com informações, a qualquer momento e compartilhando conteúdos de diversos formatos, torna-se mais complexo garantir atitudes organizacionais coerentes devido à constante exposição e aos diferentes interesses dos indivíduos. Diante disso, demonstrar atitudes consideradas éticas pela sociedade e se envolver com questões sociais, não apenas nos discursos, mas também na ação, é importante para construir laços de confiança. O grande desafio para isso é ir além da mera produção de conteúdos, pois é preciso utilizar as mídias para conseguir engajar os indivíduos, criar vínculos que considerem as diferenças e necessidades da sociedade. Ou seja, é preciso adotar uma perspectiva relacional que considere o diálogo e participação para construção coletiva, o que ainda parece ser uma grande barreira e dificuldade para as organizações, mas, para os indivíduos, parece ser algo cada vez mais comum.

Assim, aponta-se o terceiro desafio para a relação com a sociedade conectada: as oportunidades dialógicas e participativas. As interações analisadas no caso da Samarco indicam que as mídias sociais potencializaram meios para dialogar e participar, pois os indivíduos se envolvem com situações, expressam opiniões, exigem e enfrentam quando não concordam com algo, querem respostas, querem ação. A ativa interação com essas questões indica que as organizações precisam responder as demandas, caso não queiram enfrentar repercussões negativas, e precisam pensar em soluções coletivas, a partir do que está sendo percebido sobre sua ação na sociedade. Os indivíduos que se identificam com determinados assuntos, situações ou causas possuem meios que ampliam o debate, possibilitam diálogo para construção de ações coletivas, podem se mobilizar, boicotar organizações, ou seja, conseguem se organizar e se aproximar para agir por seus interesses.

Considerando a ação dos indivíduos por seus interesses, o quarto desafio enfrentado pelas organizações é o reconhecimento dos contextos da sociedade. Os contextos são destacados como um desafio, pois, verificando a relação com questões políticas no caso da Samarco, considera-se que a ação dos indivíduos ao se relacionarem com as organizações é influenciada pelas situações que eles estão envolvidos, portando o que acontece na sociedade pode impactar em repercussões e polêmicas da ação das organizações. As questões políticas são um exemplo, pois a crise brasileira criou um ambiente de insegurança e desconfiança da ação de organizações. No geral, questões que estão em pauta na sociedade, ou seja, com ampla discussão e repercussão podem se tornar motivos para enfrentamentos da ação organizacional quando são percebidas e incomodam os indivíduos. Exemplo disso,

atualmente, são campanhas, discursos ou ações que ignoram igualdade de gênero, diversidade, incentivam preconceitos, pautas relacionadas aos direitos, que geram repercussões negativas e crises para organizações. Reconhecer os contextos é um desafio que reforça a importância do envolvimento das organizações com a sociedade, do diálogo com os indivíduos e do compromisso social.

Ao reconhecer a forma ativa que os indivíduos utilizam as mídias sociais, que eles enfrentam, cada vez mais, as atitudes organizacionais, que reconhecem as potencialidades dialógicas e participativas e que são influenciados por contextos, o quinto está relacionado às pressões enfrentadas pelas organizações. O cenário conectado ampliou os conflitos que ocorrem na relação com a sociedade e, por isso, as organizações passaram a enfrentar mais pressões devido suas ações. As mudanças de atitudes e comportamentos organizacionais são efeitos da exposição e das pressões, que podem afetar interesses lucrativos. Dessa forma, entende-se que as organizações estão envolvidas por um contexto que é preciso atender questões coletivas como um fator de sobrevivência.

Apesar dos interesses que existem ao assumirem responsabilidades e ações em questões coletivas, as pressões digitais são fundamentais por fortalecerem a importância de novos olhares e perspectivas em diversas questões. Diante disso, acredita-se que as organizações possuem um grande poder de influência na sociedade e, ao assumirem posicionamentos e criarem políticas para agir diante dessas questões, elas conseguem construir representações que podem incentivar mudanças, tanto dos indivíduos quanto das próprias organizações. Ou seja, ao assumirem políticas ambientais para não agredir a sociedade, políticas de transparência e conduta ética dos negócios, ao quebrarem preconceitos em seus discursos, falarem sobre igualdade de gênero e diversidade, criarem políticas e campanhas internas que envolvam todas essas questões, no geral, considerarem situações que impactam coletivamente, em longo prazo, podem colaborar para o desenvolvimento ético da sociedade.

Diante dos desafios para a relação das organizações com a sociedade, é defendido, nesta pesquisa, que as possibilidades dialógicas e participativas das mídias sociais são potencialidades para os indivíduos monitorarem a ação organizacional e pautarem determinadas atitudes importantes para o desenvolvimento da sociedade. Ao mesmo tempo, elas são uma alternativa para as organizações adotarem a perspectiva relacional em sua comunicação e se relacionarem equilibrando seus interesses com as demandas de uma sociedade com mais informação, com um olhar mais crítico e que, por isso, percebe e cobra, cada vez mais, os impactos sociais, ambientais, econômicos e políticos causados.

Nesse sentido, estudar as respostas realizadas pelos indivíduos a partir do discurso da Samarco sobre questões do acidente, estimula a reflexão dos resultados que podem ser alcançados por meio das interações nas mídias sociais. Ainda que não seja percebida uma mobilização organizada, acredita-se que a participação dos indivíduos nas postagens representando enfrentamentos e pressões compõe mais um exemplo do potencial de ação coletiva das mídias e de que as pressões exigem cada vez mais comunicação, relacional e não instrumental.

A discussão sobre os desafios enfrentados pelas organizações para a relação com a sociedade conectada demonstra que existem diversos fatores influenciadores e em transformação. Influências dos contextos, as potencialidades dialógicas e participativas e a comunicação relacional são desafios que representam mudanças na relação, mas ainda podem ser aprofundados e estudados para compreender um pouco mais as consequências de cada uma para as organizações. O principal fator que amplia os desafios e está evidenciado é o aumento de pressões enfrentadas pela sociedade conectada. Com isso, acredita-se ser fundamental para as organizações reconhecerem como essas pressões estão sendo formadas e como elas influenciam a ação organizacional. Diante disso, propõe-se estudos futuros que reconheçam grupos de pressão que utilizam as potencialidades das mídias sociais para enfrentar as ações das organizações.

A presente pesquisa representa uma discussão sobre alternativas proporcionadas pelas tecnologias de informação e comunicação para mudanças de comportamentos das organizações na relação com a sociedade, por ser evidente que a ação organizacional, o consumo, as relações mercadológicas afetam progressivamente o espaço coletivo. Ela é influenciada pela reflexão das responsabilidades do setor público e privado diante das crises sociais, ambientais, políticas e econômicas enfrentadas, atualmente, em todo o mundo. Portanto, acredita-se que as pesquisas acadêmicas precisam olhar criticamente a ação das organizações e as formas de comunicação para estimular novas perspectivas que atendam o desenvolvimento mais sustentável da sociedade diante tantos impactos que são causados pelo sistema vigente.

REFERÊNCIAS

A SAMARCO. *Site Samarco*. On-line. Disponível em: <<http://www.samarco.com/a-samarco/>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

AKATU, Instituto. *Pesquisa Akatu 2012: rumo à sociedade do bem-estar*. São Paulo: Instituto Akatu, 2013. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/pesquisa/2012/PESQUISAAKATU.pdf>> Acesso em: 18/03/2017.

ALBUQUERQUE, Manoela; MACHADO, Viviane. Ano de lama: vidas impactadas por rejeitos estão à espera de respostas. G1 Espírito Santo. On-line, 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/espírito-santo/desastre-ambiental-no-rio-doce/noticia/2016/11/ano-de-lama-vidas-impactadas-por-rejeitos-estao-espera-de-respostas.html>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

ALMEIDA, Álvaro. O caso da Samarco e o desmoronamento da responsabilidade social corporativa. *Isto é Dinheiro*. On-line, 2015. Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/blogs-e-colunas/post/20151109/caso-samarco-desmoronamento-responsabilidade-social-corporativa/7737>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

ALMEIDA, Ana Luísa C. Identidade, imagem e reputação organizacional: conceitos e dimensões da práxis. In: KUNSCH, Margaria M. K (org.). *Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas*. Vol. 2. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 215-242.

ALMEIDA, Ana Luísa C.; NUNES, Dario Arantes. Mensagens corporativas e a construção de sentidos sobre as organizações. In: *Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*. Ano 4, Nº 07, p. 258-279. São Paulo: Gestcorp – ECA – USP, 2007.

ALMEIDA, Ana Luisa de Castro; SOUZA, Mariana Mayumi Pereira de. A construção de sentido do discurso organizacional e o papel das mídias sociais. In: MARCHIORI, Marlene (org.). *Contexto organizacional midiático*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio de Janeiro, 2014. p.61-84.

ALVES, Brunela. 19 áreas do ES entram na lista das atingidas pela Samarco. *G1 Espírito Santo*. On-line, 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/espírito-santo/desastre-ambiental-no-rio-doce/noticia/19-areas-do-es-entram-na-lista-das-atingidas-pela-samarco.ghtml>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

ALVES, João Eduardo Prestes. Comunicação de risco, elemento-chave na gestão de crises corporativas e um desafio para o século XXI: a teoria na prática, situação atual e tendências. In: *Organicom* - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Ano 4, nº 06, p. 86-99. São Paulo: Gestcorp – ECA – USP, 2007.

ASSUMPÇÃO, Anah; BLECHER, Leonardo. Povos do Rio Doce, seis meses depois. *Agência Pública*. On-line, 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=80E6n22q-eA>> . Acesso em: 31 jul. 2017.

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade. In: *Organicom* – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Ano 6, nº 10-11, p.115-120. São Paulo: Gestcorp – ECA – USP, 2009.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARROS, Ellen; BRITO, Joanicy; MACHADO, Marlene. Interações e implicações paradigmática no contexto das organizações. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PENNINI, Anice; MOURÃO, Isaura (orgs.). *Compreendendo um campo de conhecimento: reflexões epistemológicas sobre a comunicação organizacional a partir de autores brasileiros*. Curitiba, PR: CRV, 2015. p.23-36

BENNIS, Warren G; GOLEMAN, Daniel; O'TOOLE, James; BIEDERMAN, Patricia Ward. *Transparência: como criar uma cultura de valores essenciais nas organizações*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BORGES, Juliana. Lama de barragem da Samarco chega ao mar no ES. *G1 Espírito Santo*. On-line, 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/espírito-santo/noticia/2015/11/lama-de-barragem-da-samarco-chega-ao-mar-no-es.html>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.

BRANCO, Marina; VILLELA, Gustavo. Maior desastre ambiental do Brasil, Tragédia de Mariana deixou 19 mortos. *O Globo*. On-line, 2016. Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/maior-desastre-ambiental-do-brasil-tragedia-de-mariana-deixou-19-mortos-20208009>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

BUENO, Wilson da Costa. A personalização dos contatos com a mídia e a construção da imagem das organizações. In: *Organicom* - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Ano 2, nº 02, p. 70-95. São Paulo: Gestcorp – ECA – USP, 2005.

CANTO, Reinaldo. Pesquisa revela dano à imagem da Samarco. *Carta Capital*. On-line, 2016. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/samarco-a-empresa-que-mais-causa-danos-ambientais-no-brasil?utm_content=buffer491e1&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer>. Acesso em: 01 ago. 2017.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CARARETO, Mariana; ANDRELO, Roseane; CABRAL Raquel. Reputação e direito à informação: a comunicação da mineradora Samarco no caso do acidente ambiental em Mariana. In: *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. Vol.6, nº12, p.25-42. Málaga (Espanha): Universidad de Málaga, 2016.

CONHEÇA a Samarco, mineradora por trás da tragédia em Mariana. *Isto é Dinheiro*. On-line, 2015. Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/economia/20151106/conheca-samarco-mineradora-por-tras-tragedia-mariana/315358>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

COSTA, Camilla. O que já se sabe sobre o impacto da lama de Mariana? *BBC Brasil*. On-line, 2015. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151201_dados_mariana_cc>. Acesso em: 29 jul. 2017.

D'AGOSTINO, Rosanne. Rompimento da barragem em Mariana: perguntas e respostas. *G1 São Paulo*. On-line, 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2015/11/rompimento-de-barragens-em-mariana-perguntas-e-respostas.html>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

DEMO, Pedro. *Participação é conquista*. São Paulo: Cortez, 1999.

DIAS, Reinaldo. *Sociologia das Organizações*. São Paulo: Atlas, 2008.

DIAZ BORDENAVE, Juan E. Além dos meios e mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 11ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

DRUCKER, Peter. *Sociedade Pós-Capitalista*. São Paulo: Pioneira, 1993.

ELLISON, Nicole B.; BOYD, Danah M. Sociality through social network sites. In: DUTTON, William H. *The oxford handbook of internet studies*. United Kingdom: Oxford University Press, 2013.

ENTENDA o que são as barragens de rejeito. *Site Vale*. On-line, 2016. Disponível em: <<http://www.vale.com/samarco/PT/Paginas/entenda-barragens-rejeito.aspx>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

FERRARI, Maria Aparecida. Teorias e Estratégias de Relações Públicas. In: KUNSCH, Margarida M.K (org.). *Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008. p.77-90

FERRARI, Maria Aparecida. Contexto global e latino-americano da comunicação e relações públicas. In: GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. *Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. 2ªed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011. p.131-165

FOMBRUN, Charles J.; VAN RIEL, Cees B. M. *Fame & Fortune: how successful companies build winning reputations*. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2004.

FONSECA, Regina Célia Veiga da. *Metodologia do trabalho científico*. Curitiba (PR): IESDE Brasil, 2012.

FONSECA JÚNIOR, W. C.. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006. p.280-304.

FREITAS, Raquel. TJ, Samarco, Vale, BHP e Renova assinam termo para agilizar indenizações por falta de água em Governador Valadares. *GI Minas Gerais*. On-line, 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/desastre-ambiental-em-mariana/noticia/tj-samarco-vale-bhp-e-renova-assinam-termo-para-agilizar-indenizacoes-por-falta-de-agua-em-governador-valadares.ghtml>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

FURLAN, Flávia; BRANCO, Léo. Como a tragédia em Mariana abala a Samarco e a mineração. *Revista Exame*. On-line, 2015. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/como-a-tragedia-em-mariana-abala-a-samarco-e-a-mineracao/>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

GÓES, Francisco. Samarco: Vale alerta investidores para possíveis resultados ‘adversos’. *Valor Econômico*. On-line, 2017. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/4934874/samarco-vale-alerta-investidores-para-possiveis-resultados-%3Fadversos%3F>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

GOMES, Eduardo R. Introdução: transparência, o novo capítulo da responsabilidade social, entre definições e aplicações. In: QUELHAS, Osvaldo Luiz Gonçalves; FILHO, Cid Alledi; GOMES, Eduardo R.; MEIRIÑO, Marcelo J. *Transparência nos negócios e nas organizações: os desafios de uma gestão para a sustentabilidade*. São Paulo: Atlas, 2009. p.01-08

GRAYSON, David; HODGES Adrian. *Compromisso social e gestão empresarial: O que é necessário saber para transformar questões de responsabilidade social em oportunidades de negócio*. São Paulo: Publifolha, 2002.

IGLÉSIAS, Francisco. *A revolução Industrial*. 9ª ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus, 1997

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. 5ª ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Percursos paradigmáticos e avanços epistemológicos nos estudos da comunicação organizacional. In: _____ (org.). *Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos*. Vol.1. São Paulo: Saraiva, 2009. p.63-89

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. In: *Matrizes*, vol. 8, nº 2. São Paulo: ECA-USP, 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos da metodologia científica*. 7ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 2ª ed. São Paulo: Editora 34, 2000.

LÉVY, Pierre. *A inteligência Coletiva*. 8ª ed. São Paulo: Loyola, 2011.

LIMA, Fábila. Possíveis contribuições do paradigma relacional para o estudo da comunicação no contexto organizacional. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira. *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008. p.109-127.

LIMA, Fábila Pereira; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. O discurso e a construção de sentido no contexto organizacional midiaticizado. In: MARCHIORI, Marlene (org.). *Contexto organizacional midiaticizado*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio de Janeiro, 2014. p.85-97.

LUVIZOTTO, Caroline Kraus; SERIDÓRIO, Daniele Ferreira. Movimentos sociais, ativismo e participação na sociedade da informação. In: LUVIZOTTO, Caroline Kraus; LOSNAK, Célio José; ROTHBERG, Danilo (orgs.). *Mídia e Sociedade em transformação*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016. p.207-224

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados*. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes*. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MENDONÇA, Heloísa. Uma denúncia para cobrar punição pelos mortos no desastre de Mariana. *El País Brasil*. On-line, 2016. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/10/21/politica/1477001822_413406.html>. Acesso em: 29 jul. 2017.

MENDONÇA, Heloísa; ARAÚJO, Alexandre; MAGNO, Douglas. “Entrei em casa e só peguei a chave da caminhonete. Sabia que era ela que ia salvar nossas vidas”. *El País Brasil*. On-line, 2016. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/03/videos/1478213749_374447.html?id_externo_rsc=FB_BR_CM>. Acesso em: 29 jul. 2017.

NASSAR, Paulo. A mensagem como centro da rede de relacionamentos. In: DI FELICE, Massimo. *Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social*. São Paulo: Difusão, 2008. p.191-201

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Maria Aparecida. Interações na contemporaneidade e mudanças paradigmáticas: organização, comunicação e estratégias. In: *Revista del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación*. Año V, nº 14, p.31-51. Buenos Aires (Argentina): Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, 2010.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; HENRIQUES, Márcio Simeone; PAULA, Maria Aparecida. A sociedade enfrenta suas organizações? Interação entre organização e sociedade nas mídias sociais articulada pelo discurso da sustentabilidade. In: *Revista Esferas*, Ano 01, nº 01, p.169-178. Brasília, DF: Programas de Pós-graduação em Comunicação das Universidades do Centro-Oeste, 2012.

OLIVEIRA, Luciana; DULCI, Otávio. Elites empresarias, a questão social e a responsabilidade social empresarial no Brasil e na Argentina. In: *Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, ano 10, nº18, p.165-182. São Paulo: Gestcorp - ECA – USP, 2013.

ONU critica Brasil, Vale e BHP por resposta ‘inaceitável’ a desastre de Mariana. *BBC Brasil*. On-line, 2015. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/11/151125_onu_brasil_mariana_fd>. Acesso em: 01 ago. 2017.

PENNINI, Anice Bezri; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. Reputação: a âncora das organizações em tempos de redes sociais. In: *Revista Dispositiva*, v.2, nº2, p.60-73. Belo Horizonte: Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – PUC MINAS, 2014.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. In: *Verso e Reverso*. Vol. XXVIII, nº 68, pág. 114-124. São Leopoldo, Rio Grande do Sul: Unisinos, 2014.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. *Análise de redes para mídia social*. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RELEMBRE os principais desastres ambientais ocorridos no Brasil. *EBC Portal*. On-line, 2015. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/meio-ambiente/2015/11/conheca-os-principais-desastres-ambientais-ocorridos-no-brasil>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

RIO Doce: Histórias de uma tragédia. Direção: Pedro Serra; Hermano Beaumont. Produção: Diego Sales; Alexandre Salem; Átila Ximenes. Rio de Janeiro: Do Rio Filmes, 2016, on-line. Disponível em: <<http://www.futuraplay.org/serie/rio-doce-historias-de-uma-tragedia/>>. Acesso em 29 jul. 2017.

RODRIGUES, Léo. Em dificuldade financeira, prefeitura de Mariana anuncia demissões. *EBC Agência Brasil*. On-line, 2017. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-04/em-dificuldade-financeira-prefeitura-de-mariana-anuncia-demissoes>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

ROMPIMENTO da barragem de Fundão. *Site Samarco*. On-line. Disponível em: <<http://www.samarco.com/rompimento-da-barragem-de-fundao/>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

ROSA, Mário. *A reputação na velocidade do pensamento: imagem e ética na era digital*. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

SLOB, Bart. A Responsabilidade Social Corporativa: estratégias e ações a partir da sociedade civil. In: QUELHAS, Osvaldo Luiz Gonçalves; FILHO, Cid Alledi; GOMES, Eduardo R.; MEIRIÑO, Marcelo J. *Transparência nos negócios e nas organizações: os desafios de uma gestão para a sustentabilidade*. São Paulo: Atlas, 2009. p.85-94.

SMITH, Vivian Paes Barreto. *Incorporação dos princípios de responsabilidade social*. Instituto Ethos, 2013. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/cedoc/incorporacao-dos-principios-da-responsabilidade-social>> Acesso em: 18/03/2017.

SOBRE o termo. *Fundação Renova*. On-line. Disponível em: <<http://www.fundacaorenova.org/sobre-o-termo/>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

SPERANDIO, Isabela Ferreira. O que foi 2015 para os brasileiros segundo as pesquisas no Google. *El País Brasil*. On-line, 2015. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/22/tecnologia/1450808725_898115.html>. Acesso em: 29 jul. 2017.

SROUR, Robert Henry. *Poder, cultura e ética nas organizações*. 3ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

SROUR, Robert Henry. *Ética Empresarial*. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

TAKASASHI, T. A Sociedade da Informação. In: PERUZZO, Cecília; BRITTES, Juçara (Org.). *Sociedade da Informação e Novas Mídias: participação ou exclusão?*. São Paulo: INTERCOM, 2002.

TEIXEIRA, Nelson Gomes (org.). *A ética no mundo da empresa*. São Paulo: Pioneira, 1991

TIMOTEO, Jesús Álvarez. *Manejo de la comunicación organizacional: espacio, herramientas y tendencias en gestión de negocios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, 2013.

TORQUATO, Gaudêncio. Da gênese do jornalismo empresarial e das relações públicas à comunicação organizacional no Brasil. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). *Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos*. Vol.1. São Paulo: Saraiva, 2009. p.07-28.

TREVIZAN, Karina. Lucro da Vale cai 43% no 2º trimestre, por provisão para a Samarco. *GI São Paulo*. On-line, 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2016/07/lucro-da-vale-cai-30-sobre-2015-por-provisao-para-samarco.html>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

VAN RIEL, Cees B. M.; FOMBRUN, Charles J. *Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management*. London and New York: Routledge, 2007.

VELOSO, Leticia Helena Medeiros. Ética, valores e cultura: especificidades do conceito de responsabilidade social corporativa. In: ASHLEY, Patricia Almeida (org.). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2005.

VILLAFANE, Justo. La gestión de los intangibles empresariales. In: *Comunicação e Sociedade*. Vol. 8, p. 101-113. Braga, Portugal: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, 2005.

VILLAFANE, Justo. *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide, 2011

WANDER, Diego; SILVA, Cassia A. Lopes. Reflexões sobre a presença e atuação das organizações nas mídias sociais: estratégias, públicos e interesses. In: MARQUES, Angela Cristina Salgueira; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. *Comunicação Organizacional: dimensões epistemológicas e discursivas*. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, UFMG, 2015. p. 96-107

WERTHEIN, J.. A sociedade da informação e seus desafios. In: *Revista Ciência da Informação*, v. 29, n. 2, p. 71-77. Brasília: IBICT, 2000.

APÊNDICE A – Assuntos abordados nos Grupos de Respostas

Categoria	Grupo de respostas	Assuntos	Nov.	Dez.	Jan.
Comentários sobre ação e atitudes da Samarco	Percepções de impactos	Impactos para o meio ambiente	49	23	15
		Impactos para a vida dos atingidos	124	33	18
		Impactos para o Rio Doce	14	16	13
		Impactos para o mar	3	6	11
		Desemprego	0	1	0
		Impactos econômicos para o turismo e a pesca	1	1	3
		Impacto econômico para a empresa	0	2	3
		Impactos econômicos para a região	2	0	5
		Impactos de grande proporção para a sociedade	6	3	2
		Impactos causados pela lama	10	4	7
		Rompimento causou uma tragédia	36	1	7
		Impactos para os indígenas	1	0	2
	Atributos positivos reforçados para a atitude da Samarco	Comprometimento para reparar impactos	8	2	3
		Respeito à comunidade	1	0	0
		Proatividade	1	0	0
		Transparência	1	0	0
	Atributos negativos reforçados para a atitude da Samarco	Falta de credibilidade nas informações transmitidas	1	0	1
		Ações não estão comprometidas com soluções reais	0	0	1
		Falta respeito com o cidadão atingido	2	3	2
		Atitudes irresponsáveis com a sociedade	10	5	0
		Ganância nas atitudes e produção	13	2	1
		Falta profissionalismo/ incompetência	8	0	0
	Apontamento de responsabilidades	Acidente causado por negligência	33	9	1
		Acidente causado por ganância e interesse lucrativo	15	5	1
		Maior acidente ambiental no país	3	2	1
		Acidente causado por falha de segurança e erro de engenharia	8	1	0
		Responsáveis por mais de um acidente (Itabirito, Nova Lima, Muriaé)	4	0	0
		Crime	15	2	3
		Responsáveis pelo rompimento	27	6	1
	Transparência de informação	Recusa de entrevista do presidente	0	0	4
		Faltam respostas sobre o atendimento às vítimas e impactos	3	0	0
		Omitem dados sobre o ocorrido	4	1	5
		Disponibilizam informações	0	1	0
		Omissão de informação sobre o rejeito	1	0	0
	Conduta ética das ações	Informação enganosa	3	1	3
		Agir de forma ética e coerente	1	0	0
	Exigência de direitos	Reivindicar os direitos das vítimas	3	0	0
	Atitudes questionadas	Falta apoio para ONGS que estão atuando	0	0	1
		Demissão do presidente e do alto escalão	4	0	4
		Não cumprimento do termo de conduta e solicitações do ministério público	0	1	4

		Problemas na distribuição de água	2	2	4	
		Moradia deve ser devolvida e não alugada	0	2	0	
		Não faz nada mais que a obrigação	0	21	0	
		Não fazem nada pelo meio ambiente	3	2	2	
		O que mais fazem pelos impactos	2	2	0	
		Fazem o mínimo diante do impacto	8	16	3	
		Danos irreversíveis	13	3	1	
		Censura da imprensa	1	1	0	
		Assumir responsabilidade jurídica, prejuízo e agir	14	1	2	
		Alocar os desabrigados em moradias	5	6	1	
		Assumirem as causas do rompimento	2	0	0	
		Slogan questionado	0	18	0	
	Cobranças de ações	Condenação dos responsáveis	28	14	8	
		Emprego para os atingidos	0	1	0	
		Soluções para a lama	0	1	0	
		Informações sobre repasse de dinheiro para mitigar impactos	2	2	1	
		Ações para conter impactos ambientais, impactos no mar e no rio	6	4	5	
		Distribuir mais água	2	1	1	
		Respostas reais sobre a causa do acidente e seus impactos	0	0	3	
		Ação e informação sobre as ações e atendimento para os atingidos	14	0	4	
		Investir em segurança e prevenção	1	3	0	
		Devem pagar pelos impactos	17	5	3	
		Realizar ações para os animais	2	0	1	
		Cobranças sobre as ações e medidas que deveriam ter sido feitas para não romper a barragem	9	8	0	
		Reconstruir as cidades	2	3	0	
		Colocar desabrigados em hotéis e casas	25	0	0	
		Investigar com transparência	2	0	0	
		Indenizar as vítimas	10	3	0	
		Investir em soluções para minimizar os impactos socioambientais	7	2	4	
		Ajuda para Barra Longa	1	0	0	
	Comentários relacionados à comunicação organizacional	Consistência entre o discurso e as atitudes	Discurso não condiz com a realidade	23	7	5
			Esqueceram dos impactos da lama	0	8	2
Fazem apenas propaganda			1	2	2	
Transformar o discurso/ a publicidade em realidade cumprindo com obrigações para os impactos			5	1	0	
Reforço do slogan			0	0	3	
Linguagem não verbal para o discurso		Aplausos para o discurso	0	0	1	
Defesa da Samarco		Apoio para os empregados	1	0	33	
		Acredita e apoia a empresa	3	0	2	
		#EuApoioaSamarco	0	0	1	
		#UnidosPelaSamarco	0	1	1	
		#SomosTodosSamarco	0	2	2	
		#FicaSamarco	0	1	1	

		#aSamarcoCuidaDaGente	0	0	1
		Apoio para a Samarco	19	11	26
		Defende considerando os processos rigorosos da mineração	2	0	0
	Referências à imagem e reputação	Usam as redes para melhorar a imagem	1	3	0
		Negligência afetou a imagem	1	1	0
		Samarco, Vale e BHP não colocariam a reputação em risco	1	0	0
		Reputação sólida que garante compromisso	0	0	1
	Solicitação de informações sobre a situação	Abastecimento e distribuição de água	2	1	2
		Impedimento de acesso aos locais atingidos	0	0	1
		Construção de nova barragem	0	0	1
		Ação para conter a lama em Abrolhos	0	0	1
		Motivo da Samarco não ter plano de emergência e contenção	3	2	0
		Tempo de auxílio para os atingidos	0	1	0
		Informações sobre as ações para recuperação ambiental	0	2	0
		Informações sobre ajuda e doações	4	0	0
		Informações sobre o apoio dado às vítimas	3	0	0
		Informação sobre as causas do rompimento	1	0	0
		Informação sobre indenizações	1	0	0
		Informação sobre moradia	1	0	0
		Informação sobre funcionamento da mina de Alegria	1	0	0
		Informação sobre o rejeito	1	0	0
	Referência à Vale e à BHP	Não estão comprometidas com as ações	0	1	2
		Empresas irresponsáveis	3	2	0
		Empresas gananciosas	1	0	0
		Empresas responsáveis pelo acidente	2	1	1
		#aValeTemQuePagar	1	0	0
	Características atribuídas à empresa	Honestidade	0	0	1
		Ética	0	0	3
		Comprometimento com a comunidade	4	0	5
		Seriedade	8	0	2
		Hipocrisia (devido as informações disseminadas)	2	3	0
		Falta de comprometimento social e ambiental	2	3	0
		Criminosos	11	5	2
Empresa gananciosa		10	4	1	
#NãoFoiAcidente		1	4	0	
#SamarcoAssassina		0	2	0	
#ForaSamarco		1	1	0	
#SamarcoCriminosa		1	0	0	
Irresponsável		8	6	2	
Empresa que respeita o meio ambiente		1	0	0	
Empresa que respeita os empregados	1	0	0		
Opinião sobre o posicionamento oficial da Samarco	Positivo	8	0	0	
	Negativo	54	1	0	
Comentários de	Existência de	Contradiz discurso sobre moradia	0	4	0

compartilhamento de informação	referências que enfrentam o discurso	Sobre o laudo de 2013 que previa riscos na barragem	3	0	0
	Existência de referências que reafirmam o discurso	n/a	0	0	0
	Referências sobre os canais de atendimento	Canal de atendimento no site da Samarco	7	0	5
	Referências informativas sobre o acidente	Novo código da mineração não representa a população	0	0	1
		Recusa do presidente da Samarco em dar entrevista para imprensa	0	1	8
		Alcance da lama	0	1	9
		Não cumprimento do termo de conduta e solicitações do ministério público	0	1	1
		Multas aplicadas pelo Ibama e bloqueio para reparação	1	0	0
		Responsabilidades da Samarco e demais empresas pelo rompimento	2	3	4
		Impactos causados	6	2	4
		Instituições que estão ajudando os atingidos	1	2	0
Fotos de Bento Rodrigues de Rafael Lage (publicadas no Facebook)		0	1	0	
Depoimentos de vítimas e voluntários		1	0	0	
Diálogos gerados pelos discursos da Samarco	Diálogo entre os indivíduos	Apoio para a Samarco	1	1	4
		Diálogo sobre a impunidade	1	0	1
		Diálogo sobre a necessidade de respostas e soluções	7	1	6
		Diálogo sobre problemas na distribuição de água	0	0	1
		Diálogo de apoio para as ações desenvolvidas pela Samarco	1	0	2
		Diálogo de apoio à Samarco com respostas de acusações para a empresa	6	2	4
		Diálogo sobre o desrespeito com as vítimas	0	1	0
		Diálogo sobre as proporções do acidente	0	1	1
		Compartilhamento de informações sobre o acidente e ações	9	1	0
		Diálogo de acusação de responsabilidades	8	0	0
		Diálogo sobre a mineração	5	0	1
		Diálogo de acusação com resposta de apoio	4	3	5
		Diálogo sobre a importância de ajudar e não criticar	5	0	0
		Diálogo sobre a incapacidade do poder público	1	0	0
		Diálogo sobre doações	1	0	0
	Diálogo agressivo entre os indivíduos	Diálogo de apoio à Samarco e acusações para a empresa	5	2	3
		Diálogo de acusações feitas à empresa e apoio	3	4	1
		Comentários irônicos para quem apoia a empresa	1	0	1
		Diálogo com acusações político partidária	0	1	1
		Diálogo sobre a mineração	1	0	0
	Respostas da Samarco para comentários realizados	Informação sobre composição do rejeito	2	0	1
		Informações sobre monitoramento dos impactos	2	0	3
		Informações sobre distribuição de água	0	0	2
		Informações sobre as ações	9	2	6
		Informações sobre a política de relacionamento no Facebook	0	0	1
		Informação sobre doação e ajuda	1	0	0
		Informação sobre segurança e monitoramento das barragens	19	1	0

		Informação sobre as causas do rompimento	15	0	0	
		Informações sobre hotéis e moradias para os desabrigados	38	0	0	
	Diálogo apoiando a resposta da empresa	Agradecimento pela informação e resposta de reafirmação do acompanhamento das ações para conter impactos	1	1	0	
		Agradecimento pela informação e solicitação de ação	4	0	0	
	Diálogo enfrentando a resposta da empresa	Faltam informações e justificativas nas respostas	1	0	1	
		Ações enganosas	1	0	1	
		Faltam ações efetivas para os impactos que atendam que foi atingido	1	0	1	
		Ações para conter impactos ambientais demoram, aumento o impacto	0	1	0	
		Informação duvidosa	3	0	1	
		Não faz nada mais que a obrigação	3	0	0	
		Faltam ações para os animais	1	0	0	
	Comentários que relacionam questões políticas com o acidente	Acusações sobre o financiamento de campanha política	Acusações sobre o financiamento de campanha política	1	1	1
		Referências sobre a incapacidade do Governo Federal	Incapacidade do governo diante do que a Samarco pode fazer	1	1	5
			Desrespeito do governo com a população é pior que o acidente	0	0	2
Governo fraco para punir			1	0	0	
Reflexo da irresponsabilidade dos três poderes		Acidente reflete a irresponsabilidade dos três poderes	2	0	1	
Relação do acidente com a corrupção no governo		Aplica multa para se aproveitar da situação	1	1	2	
		Referência ao PT	2	1	2	
		Corrupção impede punição	4	2	0	
		Corrupção causou o acidente	6	0	0	
		Corrupção permitiu a barragem funcionar	4	1	0	
Papel dos órgãos públicos e do governo		Fiscalização da mineração	5	1	0	
		Ajudar nos impactos	1	0	0	
Justiça brasileira é falha		Não haverá punição	9	1	0	
		Justiça lenta	0	0	1	
Omissão dos governos federal, estadual e municipal	Governo Federal, Estadual e municipal são omissos	8	2	0		

ANEXO A – Exemplos: Comentários sobre ação e atitudes da Samarco

1 – Percepções de impactos

 **Renata Costa** Como indenizar a perda de uma vida?
Com indenizar a situação atual do Rio Doce?
Como indenizar o soterramento de de um distrito, de sua história, das tantas crianças qu estavam naquela escola?
Ou dos impactos sobre a captação de água nesse duro ano de crise hídrica?
Desculpe meu caro, há certas coisas para as quais não há indenização.

Curtir · Responder · 3 · 6 de novembro de 2015 às 19:12

2- Cobranças de ações

 **Cláudia Pereira** Acomodem as pessoas desabrigadas em hotéis confortáveis e com toda a infraestrutura necessária e providenciem hospital, alimentação, toupas etc. É o mínimo a fazer. Por enquanto!!!

Curtir · Responder · 3 · 6 de novembro de 2015 às 01:13

 **Renata Costa** Estão fazendo, Cláudia. Infelizmente grande parte da população está ilhada em Bento Rodríguez e não há hotéis para a população atingida. Todos que necessitam de assistência médica estão recebendo, assim como equipes de apoio psicológico foi mandada para o local.

Curtir · Responder · 2 · 6 de novembro de 2015 às 02:05

— Samarco Mineração Olá, Cláudia. Até o momento, 569 pessoas já foram encaminhadas para hotéis e pousadas da região. Continuamos nossos esforços em apoio aos atingidos, com equipes de resgate e com entrega de kits de emergência, refeições e água. Nosso apoio e solidariedade aos atingidos continua total e irrestrito.

Curtir · Responder · 2 · 7 de novembro de 2015 às 11:10

 **Renata Costa** E as tantas famílias que perderam tudo, casas, pai, mãe, filhos? E o nosso Rio Doce que está morto?! Irresponsáveis! Menos palavras, queremos ver o que vai ser feito para reverter essa situação, se é que há alguma forma de o fazer. Aff! Indignada com isso tudo!

Curtir · Responder · 10 de novembro de 2015 às 23:33

3- Atitudes questionadas

 **José Roberto** O que deveriam fazer certo que deveria ser o compromisso de vocês era evitar a tragédia, as mortes de pessoas, de um rio gigantesco que era até falado e ensinado nas escolas, nas quais vocês acabaram até com uma escola onde deveriam ter aprendido o que é fazer o " certo " porque o certo vocês não fizeram não, agora que estão vindo com mimimi pra esconder o seus ERROS seus cambalachos, a podridão por trás desse nome, infelizmente é o Brasil onde não existe o "CERTO"

Curtir · Responder · 2 · 10 de dezembro de 2015 às 12:23

 **Renata Costa** Fazer oq deve ser feito ?

Seria
Provocar o maior desastre ambiental do país ?
Cenário de guerra ?
Acabar com sonhos e vidas?

Apenas o silêncio e a vergonha que sobrar e marcará sua história e dos seus culpados, vergonha que manchará suas vidas eternamente!!!

Curtir · Responder · 7 de dezembro de 2015 às 09:13

 **Renata Costa** E quanto a Samarco pretende pagar por cada vida perdida? Por cada história apagada e por cada paisagem destruída?

Curtir · Responder · 6 · 6 de novembro de 2015 às 20:21

 **Renata Costa** SAMARCO OS MORTOS VCS NÃO RESSAUSCITARÃO, E A ALMA DOS QUE FICARAM JAMAIS A FERIDA SERÁ CURADA!!!

Curtir · Responder · 1 · 7 de novembro de 2015 às 12:23

4- Apontamento de responsabilidades

 **Renata Costa** Não foi acidente, foi negligência. Não fazem mais q obrigação e ainda e pouco.

Curtir · Responder · 3 · 5 de dezembro de 2015 às 07:58

 **Renata Costa** Já sabiam do risco! Vidas se perderam pela ganância...lamentável e revoltante!

Curtir · Responder · 3 · 7 de novembro de 2015 às 17:57

 **Wenderson** A Samarco é a responsável por essa tragédia e é seu dever resolver o sofrimento dessa gente imediatamente!
Curtir · Responder · 9 · 7 de novembro de 2015 às 14:37

 **Wenderson** VOCÊS não trouxeram nenhum lucro pra Valadares, não gerou nenhum emprego pra cidade e nós estamos pagando os pecados das suas negligências, vcs mataram o rio, peixes de 1 metro foram achados mortos, peixes que nunca foram vistos e pescados no rio foram achados mortos, só Valadares tem 280 mil pessoas brigando por água. Passo todos os dias por cima do rio e quando vejo o rio marrom, esse assassinato a sangue frio com o nosso rio e a nossa natureza, a cidade fede a peixes mortos! Não recebi 1 centavo do dinheiro que eu não tinha e gastei comprando água pra suprir as necessidades da minha casa. Estamos a 5 dias sem cair uma gota de água nas torneiras e só digo uma coisa, mexer com político é diferente de mexer com o povo!
Curtir · Responder · 4 · 13 de novembro de 2015 às 01:46

5- Atributos negativos reforçados para a atitude da Samarco

 **Wenderson** Pésima responsabilidade com a humanidade, flora e fauna os "senhores" prestam.
Deveriam ser extintos do planeta, o tamanho do desastres causaram, bilhões de mortes de inocentes seres vivos de várias espécies e mataram um rio doce!

Parabéns pela imensidão da irresponsabilidade dos "senhores". A natureza chora!
Curtir · Responder · 1 · 5 de dezembro de 2015 às 10:23 · Editado

6- Transparência de informação

 **Wenderson** Ricardo Vescovi, quais as concentrações dos metais na lama? Mostre uma análise laboratorial! Fale a verdade sobre o toxicidade do material! O mundo quer saber. A Samarco publicou que não é tóxica, mas não embasou a afirmação. Qual laboratório afirmou que não é tóxica? Quais foram as concentrações de metais toxicos encontrados? Mercúrio, cromo, chumbo, arsênio, ferro.... Fale a verdade. Cumpra com seu dever moral.
Curtir · Responder · 12 · 10 de novembro de 2015 às 18:15

 **Wenderson** Transparência?? Mostre seu plano de ação, emergencial e futuro. O que estão fazendo agora e o que vão fazer em 5, 10, 50 e 100 anos?
Clareza?? Contabilizem as vítimas de forma real. Tenham o mínimo de decência em ir diante das câmeras e falar a realidade dos fatos abertamente a todos os brasileiros. MERECEMOS AO MENOS RESPEITO!
Sejam responsáveis ao menos agora que literalmente enfiaram o pé na lama. Assumam, ao menos para si mesmos, que erraram e nos traga soluções e ações ÉTICAS E COERENTES!
Curtir · Responder · 3 · 11 de novembro de 2015 às 17:05 · Editado

7- Atributos positivos reforçados para a atitude da Samarco

 **Wenderson** Gente lindo o trabalhos dele, e vcs tem que ver o prazer desses trabalhadores em ajudar essas famílias, um carinho e atenção com cada um e detalhes, estou acompanhando de perto em algumas locações se casas, está sendo lindo ver esses profissionais, Parabéns a todos, Deus distribuirá a todos ★★★
Curtir · Responder · 11 · 9 de dezembro de 2015 às 21:46

 **Wenderson** Parabéns a todos os envolvidos nos trabalhos e tbm à Samarco que não está medindo esforços para resolver todas as pendências.#euapoioasamarco
Curtir · Responder · 5 · 9 de dezembro de 2015 às 22:11

 **Wenderson** #euapoioasamarco #ficasamarco
Curtir · Responder · 1 · 10 de dezembro de 2015 às 07:32

8- Conduta ética das ações

 **Wenderson** Mentiroso, se não medisse esforços teria reforçado as estruturas de barragem para que elas não rompessem, e agora ainda querem proibir as pessoas de ver o que aconteceu.
Curtir · Responder · 5 · 9 de novembro de 2015 às 18:45

9- Exigência de direitos

 **Wenderson** Acho que todos estão indignadas!
E tenho certeza que estão ajudando.
Mas temos sim que reivindicar os direitos das vítimas!
Curtir · Responder · 7 · 5 de novembro de 2015 às 23:32

ANEXO B – Exemplos: Comentários relacionados à comunicação organizacional

1- Defesa da Samarco



Regiane Mendes Pereira Samarco é por aí.
Mostrem o que estão fazendo.
Comunicação é essencial.
Que Deus aponte o melhor caminho.
Parabéns ao pessoal envolvido na assistência às comunidades atingidas.
Força, amor, cabeça erguida.
Sigam em frente.
Aprendam com os erros e sigam.

Curtir · Responder · 8 · 9 de dezembro de 2015 às 21:23



Mariana Confio na responsabilidade social da empresa e tenho certeza de que logo após o atendimento de emergência as vítimas desta TRAGÉDIA a empresa tomará todas as providências para dar dignidade as pessoas que se salvaram, bem como indenizar as famílias envolvidas. Um acidente de tais proporções é uma FATALIDADE e neste momento a empresa precisa sim da ajuda do governo e da população para dar assistência às vítimas até que tudo seja apurado. Vamos cada um de nós fazer a sua parte para minimizar os impactos dessa fatalidade e tenho certeza de que tão logo tudo seja apurado, a empresa assumirá toda a responsabilidade social e jurídica que lhe cabe. Muitas famílias perderam tudo, muitos amigos se foram nessa tragédia. O momento é de união, apoio, solidariedade e fé! Samarco, a população confia e aguarda providências a altura da empresa!

Curtir · Responder · 3 · 6 de novembro de 2015 às 06:14



Gustavo Capriles Gostaria muito de acreditar em tudo isso

Curtir · Responder · 6 de novembro de 2015 às 09:31



Roberto Leão A Palavra Prevenção não existe no vocabulário!!!!

Curtir · Responder · 1 · 6 de novembro de 2015 às 09:37

— Samarco Mineração Oi, Junior. Não é possível, neste momento, confirmar as causas do ocorrido. Apenas estudos e investigações poderão concluir o que de fato ocorreu. A barragem foi fiscalizada em julho de 2015 e encontrava-se em totais condições de segurança. As barragens da Samarco são compostas por quatro estruturas: barragens de Germano, Fundão, Santarém e Cava de Germano. Todas possuem Licenças de Operação concedidas pela Superintendência Regional de Regularização Ambiental (SUPRAM) – órgão que, nos recorrentes processos de fiscalização, atesta o comportamento e a integridade das estruturas. A Samarco também realiza inspeções próprias, conforme Lei Federal de Segurança de Barragens, e conta com equipe de operação em turno de 24 horas para manutenção e identificação, de forma imediata, de qualquer anomalia.

Curtir · Responder · 1 · 7 de novembro de 2015 às 11:24

— Samarco Mineração Oi, Roberto. Prezamos pela segurança em todas as nossas atividades. Por isso, temos planos de ações emergenciais para cada uma de nossas operações. No caso de Mariana, logo após o ocorrido, colocamos em prática nosso plano, contando com apoio da Defesa Civil, Corpo de Bombeiros, Polícia Militar e



Wovot Kestem A Samarco eh uma das melhores empresas de mineração do mundo. Ela tem um compromisso enorme com segurança dos seus colaboradores e com o meio ambiente. Ninguém gostaria q uma tragédia como essa acontecesse. Eu ja trabalhei lá, conheço bento Rodrigues e pelo q fiquei sabendo houve um tremor de terra. Infelizmente o que resta agora eh lamentar às mortes. É pra quem não gosta de mineração, eu dou um conselho: joguem seus celulares fora, andem a cavalo e se comuniquem usando sinal de fumaça e pombos Correios. Vão viver nas cavernas pois sem mineração o mundo para..

Curtir · Responder · 14 · 6 de novembro de 2015 às 02:41

2- Características atribuídas à empresa



Tatiana Parabéns a Empresa e seus funcionários!! Empresa feita por pessoas, com ética, valores e respeito aos outros!!! Nunca duvidei que fariam diferente e juntos reconstruíram um nome feito com dignidade e muito trabalho durante 40 anos!!!
#somossamarco

Curtir · Responder · 9 · 9 de dezembro de 2015 às 23:42 · Editado



Roberto Esse envolvimento humano que a Samarco está fazendo com funcionários e os atingidos é uma forma de demonstrar valores da empresa e compromisso com as cidades atingidas. Parabéns!

Curtir · Responder · 6 · 9 de dezembro de 2015 às 22:14



Mariana INSTITUIÇÃO CRIMINOSA

Curtir · Responder · 11 de dezembro de 2015 às 16:07



Wivie Gomes Se a Samarco fosse menos gananciosa nada disso tinha acontecido, mas ainda bem que o mundo todo viu o que essa empresa fez, que pague por cada peixe que morreu asfixiado pela lama que foi derramada no povo brasileiro. Quem recebeu esses bilhões de toneladas de Lama foi todos nós brasileiros, não somente os atingidos direto pela tragédia.

Curtir · Responder · 5 · 5 de dezembro de 2015 às 00:01

-  **[REDACTED]** Como ajudar? Há pontos de entrega de doações para os desabrigados em Ouro Preto?
Curtir · Responder · 3 · 5 de novembro de 2015 às 23:52
-  **[REDACTED]** Jose sim!! Câmara Municipal De Ouro Preto e outros diversos pontos.
Curtir · Responder · 1 · 6 de novembro de 2015 às 01:02
-  **[REDACTED]** Puxa, finalmente alguém que pensa em ser prático em vez de jogar pedras. Parabéns!
Curtir · Responder · 3 · 6 de novembro de 2015 às 02:27
-  **[REDACTED]** Eu estou ajudando os desabrigados, e não é por isso Q não vou vir aqui falar Oq penso!! Quem é vc nalah??? Q está defendendo tanto a empresa?
Curtir · Responder · 2 · 6 de novembro de 2015 às 07:49
-  **Samarco Mineração** Oi, Jose. Agradecemos a solidariedade. Qualquer donativo deve ser direcionado para os seguintes postos de arrecadação: Arena Mariana, em Mariana, ou Servas, Av. Cristóvão Colombo 683, Funcionários - Belo Horizonte.
Curtir · Responder · 2 · 6 de novembro de 2015 às 19:20

6- Referência à Vale e à BHP

-  **[REDACTED]** Não basta cumprir a legislação se é que estavam cumprindo. Isso não foi acidente, não foi força da natureza. No Brasil não tem terremoto. O risco é da empresa atrás de minério. Ela é quem assume o risco da atividade econômica, é culpa da Samarco (Vale é BHP) sim!!! BHP é uma das maiores mineradoras do mundo! Australiana! Que mandem dólares australianos para arrumar o resto de vida dessas pessoas! Que indenizem todos agora! Poderiam ter evitado tudo isso! Bando de irresponsáveis! De que vale a vida perto do bolso cheio de dinheiro?! É só vir a público dar uma palestra de bonzinho! Acima de tudo há DEUS!
Curtir · Responder · 2 · 6 de novembro de 2015 às 20:05
-  **[REDACTED]** Vai lá beber a água do rio doce, puxa saco. a vale faz tanto bem pra região que ela ate tirou o Rio Doce do nome pra não ser associada ao deserto que virou a região.
Curtir · Responder · 9 de novembro de 2015 às 02:27
-  **[REDACTED]** Nos da sociedade civil, sabemos a importância da empresa para a comunidade e não queremos o fim das atividades, desde que todo o processo seja rigorosamente revisado, com acompanhamento pela sociedade civil e ministério público, entre outros órgãos de controle, porem esperamos que a Samarco/Vale/BHP, repare na mesma proporção dos danos causados, o dano moral coletivo e material em toda sua extensão. Poderia então a Samarco/Vale/BHP, por livre iniciativa, assinar termo de compromisso junto ao ministério público, adotar o Rio Doce e todos seus afluentes e nascentes pelo prazo de 100(Cem anos), restaurando todo seu ecossistema e devolvendo Rio Doce, totalmente recuperado. Ainda em sinal de boa fé que inclua no nome da VALE o (Rio doce), que foi retirado. Certo que toda a comunidade local e internacional vera com bons olhos tal iniciativa. Aguardamos posição favorável a tal pedido. Em regime de URGÊNCIA!!
Curtir · Responder · 1 · 16 de novembro de 2015 às 11:08

7- Referências à imagem e reputação

-  **[REDACTED]** Como vcs são oportunistas querendo reverter a imagem de vcs com as propagandas. Estão muito preocupados com as ações na bolsa.
Curtir · Responder · 2 · 6 de dezembro de 2015 às 22:44

-  **[REDACTED]** Eu queria saber o porque vocês não terem investido em prevenção e em um plano de contenção. Dinheiro é bom mas de forma sustentável é muito melhor. Vocês perderam dinheiro, a sociedade perdeu vidas e o ambiente está deformado. A imagem da empresa foi jogada na lama como a lama do rio doce. Este não deve ter sido o primeiro aviso da natureza, então para que não haja outro pensem estrategicamente afinal tudo é vaidade e um dia daremos conta de tudo que fizermos.
Curtir · Responder · 5 · 5 de dezembro de 2015 às 01:38

8- Linguagem não verbal para o discurso

-  **Kamille Luppi Jarbas Ton** 
Curtir · Responder · 2 · 9 de dezembro de 2015 às 21:39

ANEXO C – Exemplos: Diálogos gerados pelos discursos da Samarco

1- Respostas da Samarco para comentários realizados

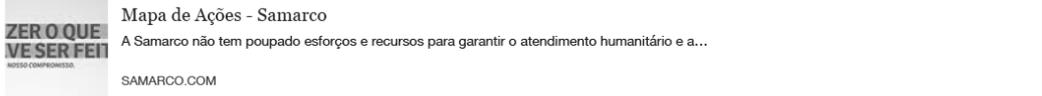
Daiane Samarco sejam responsáveis a lama esta chegando em abrolhos e vocês nao estão fazendo nada , se foi acidente como dizem entao ajam não destruem as belezas ambientais do Brasil
#issonaopodeficarimpune# #ChegadelamaSamarco# #atitude#
Curtir · Responder · 2 · 8 de janeiro de 2016 às 17:52 · Editado

Samarco Mineração Oi, Daiane. Nós estamos acompanhando o comportamento da pluma de turbidez na região marinha. Até o momento, não há comprovação técnica de que o material observado na região de Abrolhos seja proveniente do acidente com a barragem de Fundão. De acordo com os dados registrados nos últimos dias sobre a direção dos ventos e a intensidade de marés, há uma probabilidade muito baixa de deslocamento de pluma de turbidez do litoral de Linhares até o Arquipélago de Abrolhos. Nós mobilizamos equipes para a coleta de amostras que serão avaliadas em laboratório.
Curtir · Responder · 10 de janeiro de 2016 às 09:08

Julia Lisboa Samarco Mineração mentira em cima de mentira. Só tentando amenizar a CAGADA que vocês cometeram. Hipócritas.
Curtir · Responder · 1 · 11 de janeiro de 2016 às 12:11

Julia Lisboa Tá, legal, mas idal?? Já conseguiram emprego, casa, comida e roupa lavada pra todos atingidos?? E as pessoas que viviam da pesca? E os indios que se alimentavam dos peixes do rio doce? E as pessoas que tinham comércio em regencia?? O que está sendo feito??
Curtir · Responder · 2 · 10 de dezembro de 2015 às 13:32

Samarco Mineração Oi, Julia Lisboa. Estamos realizando ações em todas as áreas atingidas pelo acidente ocorrido na área das barragens, incluindo os municípios localizados ao longo do Rio Doce. Você pode acompanhar o que estamos fazendo pelo nosso Mapa de Ação. Acesse: <http://bit.ly/1Q9iHeW>



Mapa de Ações - Samarco
A Samarco não tem poupado esforços e recursos para garantir o atendimento humanitário e a...
SAMARCO.COM

Curtir · Responder · 3 · 10 de dezembro de 2015 às 16:34

Wagner Basso Tudo mentira, o povo continua na lama..
Curtir · Responder · 1 · 7 de janeiro às 16:47

Atendimento Ibama Sexta, 08 de janeiro de 2016

Lama que vazou de barragem deve ter chegado ao sul da Bahia, diz Ibama

A lama de rejeitos de minério que vazou da barragem da Samarco – cujos donos são a Vale a anglo-australiana BHP Billiton – em Mariana (MG) deve ter chegado ao sul da Bahia, inclusive à região do arquipélago de Abrolhos, de acordo com o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama). Abrolhos é um dos principais santuários brasileiros de flora e fauna marinhos.

2- Diálogo entre os indivíduos

Gabriel Cavallo gente, não critiquem dessa forma, eles estão fazendo tudo que podem, na medida do possível, foi um acidente, pode acontecer com todo mundo.
Curtir · Responder · 10 de dezembro de 2015 às 12:42

Giancarlo Brandao Acidente? Veja o video abaixo jovem
Curtir · Responder · 10 de dezembro de 2015 às 12:44

Escreva uma resposta...

Giancarlo Brandao <http://youtu.be/1IBARFe6OTs>



Tragédia anunciada na barragem que se rompeu em Mariana / MG
Jornal da Band 3 de dezembro Tragédia...
YOUTUBE.COM

Curtir · Responder · 2 · 10 de dezembro de 2015 às 12:43

Gabriel Cavallo ah sim, não sabia disso, continua sendo acidente, porém, podia ter sido evitado. Falta de comprometimento com as pessoas e com a natureza...
Curtir · Responder · 1 · 10 de dezembro de 2015 às 12:48

-  **Comunidade De Ferramentas** Laura, sinto pela sua amargura....mas vou tentar com vc uma reflexão: o seu julgamento é emocional e vc esta desconsiderando que a mineração existe por sua causa! Vc tem celular? Anda de carro? Come com talheres? Compra roupa pronta? Usa secador? Mora numa casa de alvenaria?? Podia te fazer milhões de outras perguntas pra te dizer que vc é uma voraz consumidora de ferro e depende da mineração para ter conforto e prazeres que acha que nasceram nas prateleiras! Então senhora, existem empresas que correm riscos todos os dias para lhe dar esse tipo de coisas que vc consome e ignora de onde vêm. Houve um triste acidente, não negamos. Mas estamos fazendo todo o possível para reverter, reparar....e vamos conseguir, quer vc queira ou não! Se fôssemos hipócritas como afirmou, podíamos simplesmente sumir e deixar esse governo duvidoso que temos resolver. Então te desafio a viver um mês sem nada produzido pela mineração e ai te apoio a meter o pau a vontade, porque aí sim vc será menos hipócrita que nós todos. Reflita antes de sair falando sem pensar que vc tbm tem um pezinho na lama moça!!

Curtir · Responder · 12 · 10 de dezembro de 2015 às 00:18
-  **Comunidade De Ferramentas** Talvez o consumidor final não saiba que muita coisa é feita de forma precária, ocasionando um acidente de tamanho inestimável.. Se é que dá pra chamar de acidente a proporção que tomou a queda da barragem.. As vezes fica difícil acreditar que com lucros tão altos por parte das mineradoras não seria possível evitar a tragédia.. e ainda assim tratar as pessoas afetadas com tanto descaso. Se pessoas foram mortas e tantos ser vivos afetados, no mínimo a empresa deveria responder criminalmente. Sim, as mineradoras têm seu espaço para existirem, fazer seu trabalho e explorar uma terra tão rica.. Mas que faça com o todo de zelo para que acidentes sim ocorram, pois humanos são passíveis de erros, e tragédias como essa simplesmente não existam.

Curtir · Responder · 1 · 10 de dezembro de 2015 às 00:56
-  **Comunidade De Ferramentas** Parabéns Fernanda você ta certinha. A Samarco ate hj só fez o bem. Acontece um problema sério desse tem gente achando que a samarco fez por querer. Samarco merece respeito. Sou samarco e não trabalho lá

Curtir · Responder · 6 · 10 de dezembro de 2015 às 07:11
-  **Comunidade De Ferramentas** Sem me alongar, Luiz, acho que vc tocou num ponto importante!! Como consumidor final deveríamos ser mais atentos!! Vi que é casado e não sei se já tem filhos, mas pesquise sobre as vacinas que ele tomará....sabe quantos milhões de animais foram sacrificados, mortos, aleijados para que tenhamos acesso à imunização?? É melhor ignorarmos esse tipo de coisa né? Da mesma forma que agora tá todo mundo metendo o pau na mineração....como se ninguém consumisse conscientemente o que elas produzem!! Vamos ficando sem paciência com tanta hipocrisia. Te convido a uma ida a Mariana para ver o que está sendo feito, ou qualquer outro ponto por onde a lama passou....a tv não mostra o que está sendo feito para reverter...isto não vende e não desvia o foco das pessoas de Brasília, sacou?

Curtir · Responder · 4 · 10 de dezembro de 2015 às 07:18

3- Diálogo agressivo entre os indivíduos

-  **Comunidade De Ferramentas** Empresa honesta

Curtir · Responder · 11 · 9 de dezembro de 2015 às 20:42
-  **Comunidade De Ferramentas** Qualquer empresa pode patrocinar uma campanha política só basta querer e ter dinheiro pra isso. O Dinheiro e dela , e ela doa pra quem quizer.

Curtir · Responder · 10 de dezembro de 2015 às 16:02 · Editado
-  **Comunidade De Ferramentas** Afinal nem sei porque estou dando resposta a um Fake.

Curtir · Responder · 10 de dezembro de 2015 às 06:04
-  **Comunidade De Ferramentas** Empresa que devasta um rio, tira várias vidas e polui um mar, além de ter um presidente que não quer falar.

<http://www1.folha.uol.com.br/.../1717172-chefe-da-samarco...>
-  **Comunidade De Ferramentas** Chefe da Samarco se recusa a dar entrevista, e Folha apresenta 25...

WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR

Curtir · Responder · 1 · 10 de dezembro de 2015 às 08:35
-  **Comunidade De Ferramentas** Porca, vendida. Da um pulo no ES ver a situação.

Curtir · Responder · 10 de dezembro de 2015 às 14:21
-  **Comunidade De Ferramentas** Sou do ES. Conheço a Empresa mais doque VC pensa.

Curtir · Responder · 3 · 10 de dezembro de 2015 às 15:58
-  Escreva uma resposta...

4- Diálogo enfrentando a resposta da empresa

-  **Comunidade De Ferramentas** Vai ser construído nova barragem para o armazenamento?

Curtir · Responder · 7 de janeiro às 15:49 · Editado
-  **Samarco Mineração** Oi, John! Ainda não temos essa informação. No momento, estamos focados em diminuir os impactos causados pelo acidente.

Curtir · Responder · 1 · 7 de janeiro às 17:28
-  **Comunidade De Ferramentas** Quinta, 07 de janeiro de 2016
Desastre de Mariana afetou mais de 660 quilômetros de rios
O desastre ambiental provocado pelo rompimento da Barragem do Fundão, da Mineradora Samarco em Mariana (MG), no último dia 5 de novembro, atingiu 663 quilômetros de rios e resultou na destruição de 1.469 hectares de vegetação, incluindo Áreas de Preservação Permanente, mostra laudo técnico preliminar do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama). No distrito de Bento Rodrigues, 207 das 251 edificações (82%) ficaram soterradas.

A reportagem é publicada por Agência Brasil, 06-01-2016.

<http://ihu.unisinos.br/.../550581-desastre-de-mariana...>

Curtir · Responder · 8 de janeiro às 11:29 · Editado
-  **Comunidade De Ferramentas** Diminuir o impacto?

Curtir · Responder · 1 · 8 de janeiro às 11:30

- Samarco Mineração Oi, Tande. Desde o primeiro momento estamos publicando comunicados diários para informar sobre as ações realizadas junto às comunidades, o tratamento das consequências ambientais e as medidas de segurança na área das barragens.

Todas as informações oficiais estão disponíveis em nosso site e, em especial, no balanço disponível no link:<http://bit.ly/1lHq1xp>.



BALANÇO DE AÇÕES - Samarco
Desde o primeiro momento, a Samarco mobilizou todos os recursos disponíveis, humanos e...

SAMARCO.COM

Curtir · Responder · 3 · 10 de dezembro de 2015 às 19:00

-  **Wagner Wagner** O social mídia da Samarco. Pq não justificam de forma clara o pq a Samarco não cumpriu os prazos para apresentar um plano emergencial ao Estado? Pq as famílias ainda não foram deslocadas das condições precárias dos alojamentos que vcs resolveram amontoá-las?

Nenhuma medida macro tomada. Apenas "respingos de lama" para sujar ainda mais a cavada homérica que fizeram.

Que vergonha!

Curtir · Responder · 1 · 11 de dezembro de 2015 às 01:12

- Samarco Mineração Oi, Wagner. Para execução do Plano de Ação, contratamos uma empresa de consultoria de classe mundial. Ela vai se dedicar na elaboração dos planos, gestão e supervisão das ações que serão implementadas em todas as áreas atingidas pelo ocorrido na barragem. Porém, por se tratar de um estudo de extrema complexidade, o prazo para sua conclusão precisa ser estendido, e isso já foi solicitado ao Ministério Público. Estamos trabalhando continuamente para que esse prazo seja o mais curto possível.

Curtir · Responder · 2 · 11 de dezembro de 2015 às 12:20

5- Diálogo apoiando a resposta da empresa

-  **Mariane Mariane** Hotéis e tratamento digno para os desabrigados! Estamos todos muito atentos ao atendimento que será dado a eles, hein?

Curtir · Responder · 8 · 5 de novembro de 2015 às 23:37

-  **Wagner Wagner** Vamos em cima deles e cobrar!!!!

Curtir · Responder · 2 · 5 de novembro de 2015 às 23:46 · Editado

- Samarco Mineração Oi, Elô e Stefanie. Informamos que, até o momento, 449 pessoas já foram alocadas em hotéis e pousadas da região. Nosso apoio aos atingidos continua, através de helicópteros de resgate, entregas de kits de emergência, refeições e água.

Curtir · Responder · 6 de novembro de 2015 às 19:14

-  **Mariane Mariane** Samarco Mineração Obrigada pela resposta, mas invistam seu tempo em seguir ajudando as vítimas, tá? A gente segue acompanhando de qualquer forma!

Curtir · Responder · 6 de novembro de 2015 às 19:17

-  **Wagner Wagner** E a moradia, escola, hospitais, uma cidade nova de novo para eles Samarco Mineração?

Curtir · Responder · 1 · 6 de novembro de 2015 às 19:25 · Editado

-  **Mariane Mariane** Cadê o ministério público? ?? A responsabilidade objetiva por parte da gigante da mineração! !! Indenizar e socorrer as famílias é o mínimo a ser feito pela samarco...afinal nao foi o povo q criou a barragem de residuos!

Curtir · Responder · 7 · 5 de novembro de 2015 às 23:41

- Samarco Mineração Olá, Mariane. Até o momento, 449 pessoas já foram encaminhadas para hotéis e pousadas da região. Continuamos nossos esforços em apoio aos atingidos, com equipes de resgate e com entrega de kits de emergência, refeições e água.

Curtir · Responder · 6 de novembro de 2015 às 19:17

-  **Mariane Mariane** Obrigada por responder meu questionamento. Sabemos da importância da empresa para a economia brasileira. .. Queremos acreditar q a samarco não desamparará as vítimas pois é uma empresa séria. ..sugiro a empresa comprar um terreno nas proximidades e reconstruir as casas dos desabrigados alem de indenizar as famílias dos pobres funcionários q faleceram na tragédia. ...obrigada

Curtir · Responder · 6 de novembro de 2015 às 22:27

ANEXO D – Exemplos: Comentários de compartilhamento de informação

1- Referências informativas sobre o acidente

 **Wenderson** fui no escritorio da samarco a duas semanas reclamar da moradia que deram pra minha mae,devido ao pouco espaço,eles tiraram o corpo fora a todo momento,puseram a culpa na coitada da minha mae disseram que ela queria aquela e que nao podiam quebrar contrato.minha mae tem 11 filhos destes 11 4 moram com ela,natal ta chegando ela ta em um distrito e nos aqui em mariana como faremos vamos dormir do lado de fora da casa?eles nao pensaram nessa ipotese,vou reclamar msm,por que minha mae paga emprestimo ate hoje da casa que por culpa da samarco a lama levou e que era enorme com 12 comodos justamente pelo conforto dela e de nos filhos e netos dela.agora nao podemos ir pra dormir porque a casa é pequena,por acaso vcs acham que somos obrigados a isso.nao pedimos pra voces entopirem nossas casas com lama,sevirem tirem minha mae de la e ponha ela em outra casa pouco me importa com a quebra de contrato,eu quero é conforto pra ela e pra nos!!minha irma ta em hotel ate hoje com 2 filhos,vao tomar vergonha na cara mentirosos,o povo de paracatu esta correndo atras quando quem deveria esta correndo atraas deles era vcs!ja entrei com o pedido e reclamei na defensoria publica,nao to nem ai é um direio nosso!!!da um jeito logo.e o natta ta ai ja!

Curtir · Responder · 12 · 5 de dezembro de 2015 às 08:39

 **Wenderson** Vai ficar por isso mesmo ne???

"Segundo o Ibama, no Parque Nacional Marinho dos Abrolhos, local com maior biodiversidade de corais do Atlântico, já há indícios da mancha de lama de rejeitos de mineração que está concentrada na foz do Rio Doce."

<http://brasildefato.com.br/node/33863>



Lama da barragem da Samarco chega a Abrolhos, sul da Bahia | Brasil de Fato
Segundo o Ibama, no Parque Nacional Marinho dos...
BRASILDEFATO.COM.BR

Curtir · Responder · 2 · 8 de janeiro de 2016 às 15:45

 **Samarco Mineração** Oi, Leo. Nós estamos acompanhando o comportamento da pluma de turbidez na região marinha. Até o momento, não há comprovação técnica de que o material observado na região de Abrolhos seja proveniente do acidente com a barragem de Fundão. De acordo com os dados registrados nos últimos dias sobre a direção dos ventos e a intensidade de marés, há uma probabilidade muito baixa de deslocamento de pluma de turbidez do litoral de Linhares até o Arquipélago de Abrolhos. Nós mobilizamos equipes para a coleta de amostras que serão avaliadas em laboratório.

Curtir · Responder · 9 de janeiro de 2016 às 10:07

2- Referências sobre os canais de atendimento

 **Wenderson** O tal "presidente" sei lá do que é tão despreparado para lidar com um problema de tamanho impacto social que nem um discurso seguro e firme ele consegue fazer. Não conseguiu sequer disfarçar a leitura do texto montado durante o discurso. Só podemos lamentar tamanho despreparo na condução destas empresas que além de explorar nossas riquezas ainda nos proporcionam tragédias como essa de Mariana, que nunca mais será a mesma.

Curtir · Responder · 6 · 6 de novembro de 2015 às 13:25 · Editado

 **Wenderson** Eu falei isso no meu comentário e disse que pouco importa se seguiu scrip ou não. Mas pra mim só fica claro que eles estão preocupados é com a imagem da empresa.

Curtir · Responder · 1 · 6 de novembro de 2015 às 13:41

 **Samarco Mineração** Oi, Gabriel. Além de lamentarmos profundamente o ocorrido, temos oferecido, desde o primeiro momento, nosso total apoio e assistência às equipes da Samarco e às autoridades locais que estão trabalhando na região. Estamos nos empenhando irrestitidamente para apurar as causas do acidente e mobilizando todos os nossos esforços nas atividades do Plano de Ação Emergencial de Barragens posto em prática pela Samarco em conjunto com instituições como a Defesa Civil, Corpo de Bombeiros e Polícia Militar. A Samarco abriu um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <http://www.samarco.com>

Curtir · Responder · 7 de novembro de 2015 às 15:04

 **Wenderson** Samarco Mineração se lamentam tanto, se entreguem à justiça. assassinato, depredação do patrimônio público e privado e diversos crimes ambientais

Curtir · Responder · 9 de novembro de 2015 às 03:03

 **Wenderson** Não foi desastre natural, foi falta de competência!

Curtir · Responder · 7 · 6 de novembro de 2015 às 17:13

 **Samarco Mineração** Oi, Elizete. No momento, não é possível confirmar as causas do ocorrido. Nossa maior preocupação agora é apoiar as autoridades de todas as formas possíveis e dar o suporte necessário às vítimas. A Samarco abriu um canal para o público visando esclarecer, de forma transparente, todos os detalhes sobre o caso. Acesse: <http://www.samarco.com>

Curtir · Responder · 7 de novembro de 2015 às 15:11

3- Existência de referências que enfrentam o discurso

 **João de Deus** ALOCADAS?? A MATERIA DO CQC MOSTRA BEM A ALOCAÇÃO....PESSOAS PROIBIDAS DE FALAR E RECEBER VISITAS...HOTEL OU PRISAO?? OU SERIA MEDO DE DENUNCIAS??
<https://www.youtube.com/watch?v=KeSF19SU0LY>



CQC faz matéria em Mariana parte 1
Uma tragédia anunciada. Não foi acidente o rompimento da barragem. Repórter impedido de entrar no hotel...
YOUTUBE.COM

Curtir · Responder ·  2 · 5 de dezembro de 2015 às 02:03

 **[redacted]** Nossa, estamos vendo como vocês fazem o que deve ser feito! <http://noticias.uol.com.br/.../samarco-descumpre-prazo-e...>

Curtir · Responder ·  3 · 5 de dezembro de 2015 às 15:13

4- Existência de referências que reafirmam o discurso

Sem comentários.

ANEXO E – Exemplos: Comentários que envolvem questões políticas

1- Relação do acidente com a corrupção no governo

 **Gilda Menezes** ISSO É O RESULTADO DAQUILO QUE É FEITO NAS COXAS ? E ISSO QUE ACONTECE QUANDO TEM SUPER FATURAMENTO OU CORRUPÇÃO E FALTA DE PLANEJAMENTO!!! GOVERNO CORRUPTO DA NISSO !!!!
Curtir · Responder · 7 · 7 de novembro de 2015 às 15:29

 **Rivaldo de Almeida** Empresa sem compromisso social e ambiental, engajada somente no lucro para os seus acionistas. Todas as mineradoras têm o mesmo discurso infundável que levará o bem para a sociedade local. Só faz e deixa degradação nos locais de sua atuação. Poder público ineficaz. Legislativo e judiciário falido. País mergulhado na corrupção. Sociedade alienada. Povo sem educação, consumismo sem controle. Esse é o cenário do meio que vivemos. Resultados: rios secando, aumento da temperatura da Terra, pessoas morrendo, animais em extinção. Será que vale a pena ter dois carros na garagem, trocar de televisão todo ano, ostentar, consumir sem controle? triste!!
Curtir · Responder · 2 · 6 de novembro de 2015 às 08:56

— Samarco Mineração Oi, Ednaldo. Temos uma Política de Investimento Social (PIS), onde repassamos, anualmente, recursos que viabilizam o desenvolvimento de projetos socioambientais nas comunidades onde estamos inseridos. Entre algumas das ações realizadas por essa política, podemos citar o Programa de Educação Ambiental (PEA), o Programa de Capacitação do Produtor Rural e o Cidadão do Futuro.
Curtir · Responder · 7 de novembro de 2015 às 12:17

 **Maria Antonia Carmargo Bonetti** Mais um que explora a população e os trabalhadores brasileiros, legitimados por um governo corrupto.
Curtir · Responder · 1 · 9 de novembro de 2015 às 20:21

 **Maria Antonia Carmargo Bonetti** É... na voz se diz consternado.... mas a expressão facial diz "não tô nem aí..."
Curtir · Responder · 3 · 9 de novembro de 2015 às 21:03 · Editado

2- Justiça brasileira é falha

 **Ricardo de Albuquerque** Se o Brasil fosse um país sério você já estaria preso
Curtir · Responder · 11 de novembro de 2015 às 11:12

 **Maria Luiza Camp** #RespondaRicardo! #SEJAPUNIDASAMARCO!!
Curtir · Responder · 2 · 10 de dezembro de 2015 às 08:32

 **Alexandre de Moraes** basta a justiça enfiar esse cidadão na cadeia quero ver ele não abrir a boca.
Curtir · Responder · 1 · 10 de dezembro de 2015 às 08:35

 **Alexandre de Moraes** isso só acontece no Brasil um canalha criminoso que deveria estar na cadeia fica arrogante ao ponto de não dar satisfação a sociedade.

 **Venia Soares** Se o Brasil fosse um país sério os diretores dessa empresa estariam preso. Eles vão voltar a funcionar e suas barragens vão romper novamente, alguém duvida? Eu não.
Curtir · Responder · 7 · 4 de dezembro de 2015 às 23:50

3- Omissão dos governos federal, estadual e municipal

 **Roberto Ernesto de Aguiar** É muita cara de pau. Li alguns comentários e nenhuma justificativa plausível para o absurdo de fazer um post pago de um assunto que eles deveriam ter vergonha de ter causado. Vergonha dos dirigentes omissos, de um governo fraco. Eu estou com vergonha. Minha solidariedade ao povo de Mariana, ao lindo povo mineiro e ao hospitaleiro povo capixaba.
Curtir · Responder · 5 · 5 de dezembro de 2015 às 11:08

 **Roberto Ernesto de Aguiar** Muito bonito sr. presidente quem escreveu esta sua fala, queria saber se a família de cada um de vcs estivessem neste vilarejo será que vcs teriam agido desta mesma forma acredito que não, pois seus esforços agora são inúteis, quantas crianças vão ficar sem seus pais e mães, será que o dinheiro da samarco consegue trazer de volta uma vida, e nossos representantes governamentais que permitem um absurdo desses!!!! Onde estão estas autoridades agora.....
Curtir · Responder · 4 · 6 de novembro de 2015 às 21:02

4- Referências sobre a incapacidade do Governo Federal

 **Wenderson Costa** Quería ver se este acidente fosse um dando da natureza ser as prefeituras ia ajuda igual a da samarco está fazendo
Curtir · Responder · 5 · 7 de janeiro às 18:06

 **Wenderson Costa** -
Nenhuma Prefeitura tem Orçamento que comporte um desastre dessa magnitude, Dona Ediva Douglas Do Carmo.
Curtir · Responder · 3 · 7 de janeiro às 19:15

 **Wenderson Costa** Somos quase 300 mil habitantes, hoje dia 10/12/2015 so teremos 10 postos de distribuição, a maioria das pessoas so tem disponibilidade para pegar miseros 2 fardinhos de 12 garrafas de 500ml de agua.O que isso vale numa familia de 3 quatro pessoas? Tem que distribuir em tds os ponstos tds os bairros tds os dias acorda GV vamos cobrar , queremos agua sem mendigar , o povo ja esta caindo no esquecimento e ninguem liga.Eu quero agua SAMARCO.
Curtir · Responder · 2 · 10 de dezembro de 2015 às 02:14 · Editado

 **Wenderson Costa** Muda para Terezópolis,para Angra e qualquer outro lugar que houve casos semelhantes e o governo é que assumiu para a responsabilidade...Estão até hoje a ver navios e nunca receberam nem um copo d'água...
Curtir · Responder · 1 · 10 de dezembro de 2015 às 06:45

5- Papel dos órgãos públicos e do governo

 **Wenderson Costa** No Brasil a fiscalização de empresas é feita através de papel. O poder público não intervém em áreas privadas e as grandes empresas fazem aquilo q mais lhe convém (lucro). Vemos isso todos os dias e em várias escalas. Desde uma obra mal feita pela prefeitura na sua rua, rodovias mal feitas, viadutos caindo (BH),boate Kiss, etc.etc.Etc
Cadê fiscalização? Há vistas grossas, facilitação, incompetência e IMPUNIDADE. No jornal da Globo vi que a última fiscalização de um órgão do governo foi a mais de 2 anos. Como algo de alto risco é ignorado e será q quando verificaram, vieram técnicos, usaram equipamentos para avaliar ou só verificaram papéis? No mínimo deveria ter um sistema de alerta de emergência e será que os moradores tinham ciência do risco, foram instruídos de como evacuar a área caso rompimento acontecesse. Sistema de alerta sonoro /visual, etc.etc.Etc
Ai vimos as mesmas falas decoradas do presidente e tudo continua na mesma. Não é a primeira barragem a romper nos últimos anos tivemos vários casos e o que foi feito, mesmo tendo exemplo não se faz nada. Em um país descente ia ter muita gente sendo responsabilizada, multas, reparação de danos, etc. Agora é político e promotores fazendo discursos que as causas serão apuradas e tal,só balela.
Curtir · Responder · 5 · 6 de novembro de 2015 às 01:17

6- Reflexo da irresponsabilidade dos três poderes

 **Wenderson Costa** Empresa sem compromisso social e ambiental, engajada somente no lucro para os seus acionistas. Todas as mineradoras têm o mesmo discurso infundável que levará o bem para a sociedade local. Só faz e deixa degradação nos locais de sua atuação. Poder público ineficaz. Legislativo e judiciário falido. País mergulhado na corrupção. Sociedade alienada. Povo sem educação, consumismo sem controle. Esse é o cenário do meio que vivemos. Resultados: rios secando, aumento da temperatura da Terra, pessoas morrendo, animais em extinção. Será que vale a pena ter dois carros na garagem, trocar de televisão todo ano, ostentar, consumir sem controle? triste!!
Curtir · Responder · 2 · 6 de novembro de 2015 às 08:56

— Samarco Mineração Oi, Ednaldo. Temos uma Política de Investimento Social (PIS), onde repassamos, anualmente, recursos que viabilizem o desenvolvimento de projetos sociambientais nas comunidades onde estamos inseridos. Entre algumas das ações realizadas por essa política, podemos citar o Programa de Educação Ambiental (PEA), o Programa de Capacitação do Produtor Rural e o Cidadão do Futuro.
Curtir · Responder · 7 de novembro de 2015 às 12:17

7- Acusações sobre o financiamento de campanha política

 **Wenderson Costa** Um incendio que matou 32 pessoas na Romênia acabou com todo o parlamento do país, primeiro ministro e deputados pediram renuncia de vergonha.... e no Brazil???

Curtir · Responder · 2 · 6 de novembro de 2015 às 12:56

 **Wenderson Costa** tem esses... muitos como ele...

Curtir · Responder · 6 de novembro de 2015 às 13:14

 **Wenderson Costa** aqui o governador do estado se presta a fazer serviço assessoria de imprensa dos criminosos porque é financia suas campanhas com dinheiro deles

Curtir · Responder · 9 de novembro de 2015 às 03:00