

A crise da Odebrecht a partir de atores sociais midiaticizados

Noele Bolzan Duarte¹

Resumo

Em 2015, no Brasil, a Polícia Federal deflagrou a Operação Lava-Jato, na qual a organização Odebrecht é investigada. No episódio de busca e apreensão em suas sedes, os colaboradores criaram um movimento nomeado “Somos todos Odebrecht”, manifestando-se publicamente em favor da organização, acontecimento que repercutiu em diversos veículos de comunicação e nas redes digitais. A circulação midiática gerada pela manifestação foi utilizada pela própria Odebrecht como uma comunicação oficial. Busca-se uma reflexão em torno da atuação dos atores sociais diretamente ligados à organização no contexto da crise, especificamente na dimensão do movimento “Somos todos Odebrecht”. Observou-se que parte dos atores sociais uma alternativa ao protocolo comunicativo institucional. As operações de midiaticização afetam as práticas institucionais e os atores sociais, em relação com a organização, são agentes de novas formas de produção e reconhecimento de mensagens/sentidos. O ator social não é aquele que “vem de fora”; está, inclusive, dentro da organização, produzindo para além de suas lógicas.

Palavras-chave:

Midiaticização, Odebrecht, crise.

Abstract

In 2015, in Brazil, the Federal Police started the Operation "Lava-Jato", in which the organization named Odebrecht is investigated. In the time of search and apprehension in their headquarters, the employees created a movement named "We are all Odebrecht", publicly manifesting in favor of the organization, event that had repercussion in many vehicles of mass communication and in the digital networks. The media circulation generated by the demonstration was used by Odebrecht itself as an official communication. Looking for reflections about the actions of social actors directly linked

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Orientador: Prof Dr Jairo Ferreira. E-mail: noeleduarte@hotmail.com.

to the organization in the context of the crisis, specifically in the dimension of the "We are all Odebrecht" movement. It was observed that part of the social actors was an alternative to the institutional communicative protocol. The operations of mediatization affect institutional practices and social actors, regarding to the organization, are agents of new ways of production and recognition of messages / meanings. The social actor is not the one who "comes from the outside"; Is even within the organization, producing beyond its logics.

Keywords:

Mediatization, Odebrecht, crisis.

1. Introdução e acionamentos iniciais

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

Em 2015, no Brasil, a Polícia Federal deflagrou a Operação Lava Jato, na qual a organização Odebrecht é investigada. Com isso, o segundo maior grupo privado do país, com faturamento de quase R\$ 108 bilhões em 2014², passa a enfrentar uma das maiores crises dos seus 70 anos de existência.

Em junho de 2015 foi decretada a prisão preventiva do então presidente Marcelo Odebrecht e executados mandatos de busca e apreensão nas sedes da organização. Um dia após o episódio, mais de duas centenas de colaboradores da Odebrecht colocaram-se em frente ao seu edifício-sede, em São Paulo, e criaram um mosaico com a frase “Somos todos Odebrecht”, enquanto gritavam a palavra “orgulho”. Atitudes semelhantes ocorreram nas sedes do Rio de Janeiro, Salvador e Angola. Conforme a

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

reportagem “A Odebrecht além da crise”³, da Revista Isto É Dinheiro, antes disso, uma corrente de e-mails circulou pelo edifício-sede com a sugestão de que todos descessem para uma manifestação. Alguns colaboradores tentaram confirmar a hipótese de se tratar de um convite formal da empresa, o que não se confirmou.

A manifestação dos colaboradores foi divulgada em revistas, sites, e foi gerado um movimento nas redes digitais em que estes atores sociais inseriam uma imagem vermelha, com a marca da organização, contendo a frase “Somos todos Odebrecht”, nos espaços para fotos de perfil. A Odebrecht, através dos meios de comunicação e perfis institucionais como site, fanpage do facebook, instagram e twitter, divulgou a ação, a qual passou a fazer parte das estratégias de comunicação empreendidas pela organização na gestão da crise de imagem.⁴

O acontecimento e a circulação gerada instigaram-nos a buscar uma reflexão sobre a atuação dos colaboradores -aqui considerados como atores sociais diretamente ligados à Odebrecht -, na sociedade em vias de midiatização, no contexto da crise ocasionada com a Operação Lava Jato. Observa-se que as operações de midiatização afetam as práticas institucionais e que os atores sociais, em relação com a organização, são agentes de novas formas de produção e reconhecimento de mensagens/sentidos. Também, conforme Ferreira argumenta (2008), a inscrição dos discursos institucionais e dos indivíduos em dispositivos midiáticos inseridos na circulação transforma a própria circulação midiática.

Raciocina Antônio Fausto Neto (2005, p. 13), a partir de Charron (1994), que “as práticas comunicacionais das instituições também afetam as práticas dos próprios campos das mídias, quando as agendas informativas são caucionadas por lógicas de agendas de outros campos sociais”. No caso, a manifestação, promovida por atores sociais ligados à Odebrecht diante de um acontecimento gerado dentro do campo institucional, reverbera, incide e produz movimentos dentro do campo das mídias.

³ KROEHN, Márcio. A Odebrecht além da crise. *Isto É Dinheiro*, 26 jun 2016. Seção Negócios, p. 13.

⁴ Um "acontecimento que, pelo seu potencial explosivo ou inesperado, tem o poder de desestabilizar organizações e governos e suscitar pauta negativa. São acidentes, denúncias, violação de produto, assaltos, crime envolvendo a empresa ou seus empregados, processo judicial, concordata ou crise financeira, reclamação grave de clientes ou fatos semelhantes” (FORNI, 2002, p. 373). Apesar da importância do tema, trata-se de uma cultura recente no Brasil: “as crises de imagem são eventos cada vez mais presentes, mas ainda constituem um campo da sociedade brasileira praticamente não devastado e quase nada explorado pelos principais agentes e instituições do país” (ROSA, 2007, p. 21).

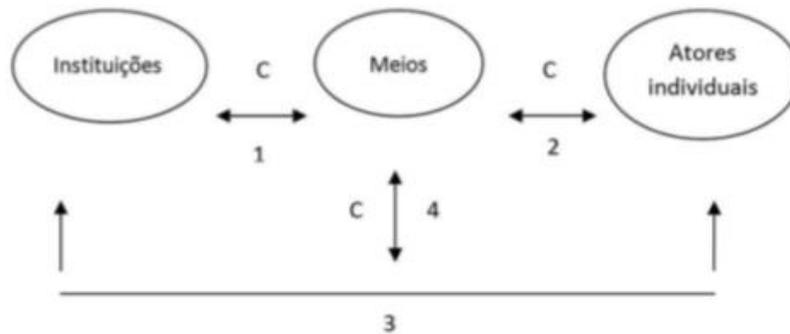
É na circulação que produtores e receptores se encontram em jogos complexos de oferta e reconhecimento (FAUSTO NETO, 2005). GOMES (2015), ao apresentar posição sobre o tratamento dado ao conceito de midiatização, conclui que "a circulação também se estrutura em conexões e interconexões que se desenrolam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

2. Instituições, mídia e atores sociais no contexto da crise

Na busca de uma visão processual acerca do observável, situando-o na midiatização, buscamos a construção de um esquema baseado no “Esquema para analisis de la midiatización” desenvolvido por Eliseo Verón (1997, p. 15) que, segundo Fausto Neto (2005), nos ajuda a compreender a midiatização e suas processualidades. Partimos do entendimento de que, conforme nos faz ver Monalisa Xavier (2015), a midiatização tem produzido deslocamentos, de modo que os eventos e fatos sociais que nela se ambientam são imediata e constantemente reconfigurados.

No esquema de Verón constam três campos: o das instituições, o das mídias, e dos atores sociais. Nele são observadas “quatro zonas de afetações ou de processos de midiatização” (FAUSTO NETO, 2005, p. 11): a relação dos meios com as instituições, a relação dos meios com os indivíduos, a relação das instituições com os indivíduos e a maneira pela qual os meios afetam as relações entre as instituições e os indivíduos.

Figura 1- Esquema para análise da midiatização

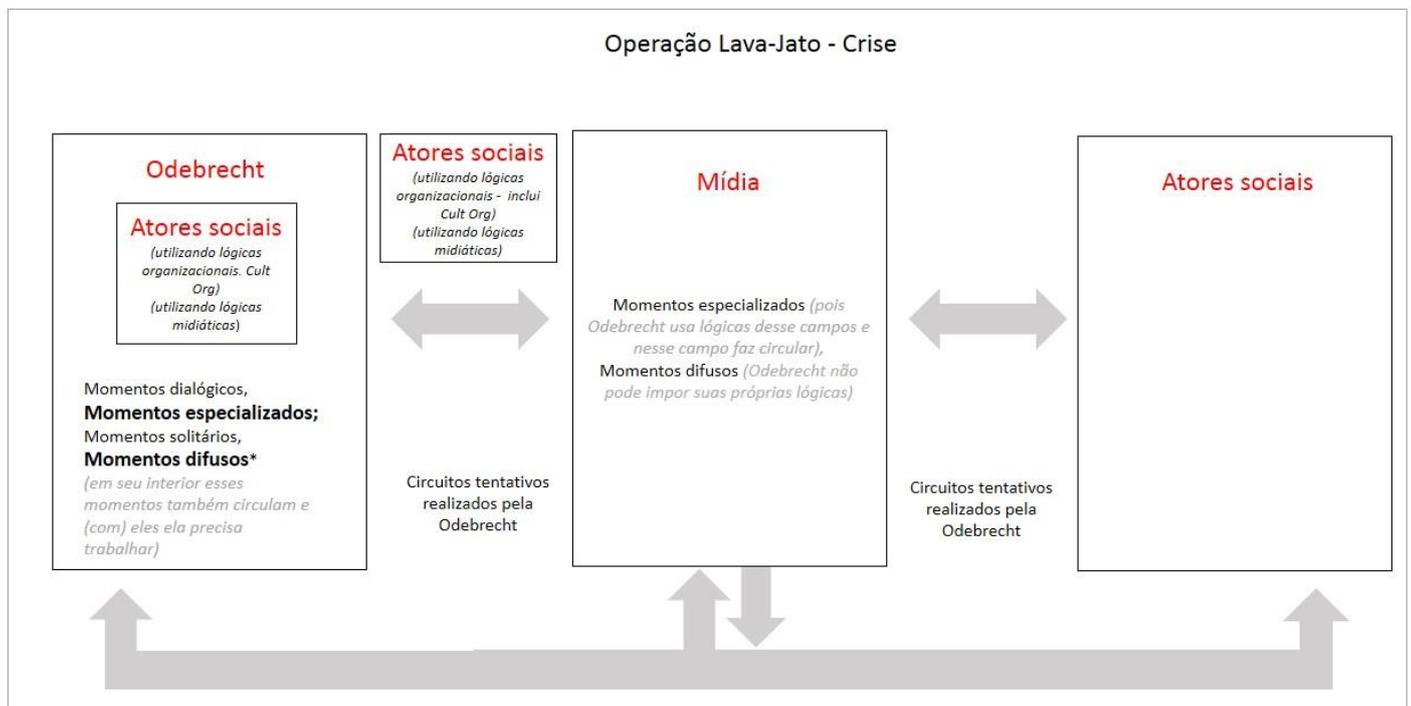


Fonte: Verón (1997, p. 15).

A análise feita por Verón (1997) nos ajuda entender o sistema de relações entre instituições, meios e atores individuais já em um ambiente de circulação.

A partir dessa referência, e considerando o episódio da manifestação dos colaboradores da Odebrecht no contexto da Operação Lava Jato e sua circulação, apresentamos:

Figura 2 – Relação organização-mídia-atores sociais na crise da Odebrecht



* BRAGA, 2012

Fonte: elaborado pela autora

No espaço das instituições conforme preconizado por Verón (1997), situamos a Odebrecht que, por sua vez, é atravessada por circuitos diversos, do modo como entende Braga (2012). Para ele, os processos e as consequências da circulação devem ser estudados, mas há a questão de como transitar da elaboração reflexiva ensaística para o trabalho da pesquisa empírica. Uma primeira aproximação seria perceber que essa circulação “se manifesta concretamente na sociedade, na forma de circuitos – que são culturalmente praticados, são reconhecíveis por seus usuários e podem ser descritos e analisados por pesquisadores” (p. 41).

Temos, então, que esses circuitos envolvem momentos dialógicos, momentos especializados; momentos solitários; e momentos tecno-distanciados, difusos (BRAGA, 2012). A Odebrecht é atravessada por esses circuitos diversos. Diante da crise de imagem e da ação comunicacional dos atores sociais diretamente ligados a ela, ou seja, seus colaboradores, desenvolve circuitos tentativos (BRAGA, 2012), assim caracterizados pela necessidade de experimentação que, entendemos, é típico das situações de crise: sempre imprecisas, imediatas, quase que exclusivas (ROSA, 2007).

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

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

Diante disso, não se trata mais somente de uma tentativa de situar nosso observável no diagrama clássico de Verón (1997). No esquema, no modo como realizamos uma reflexão acerca do episódio da manifestação dos colaboradores da

Odebrecht e a circulação gerada, os atores sociais estão em vários lugares, eles flutuam nos espaços que ocupam conforme os papéis que desempenham.

3. Novas relações na sociedade em vias de midiaticização

Na crise de imagem da Odebrecht no contexto da Operação Lava-Jato, e no tocante ao episódio de manifestação e ações comunicacionais pelos atores sociais diretamente ligados à organização, as relações ocorrem especialmente dentro do campo midiático, levando-se em consideração tanto as instituições midiáticas tradicionais, como o jornal, por exemplo, quanto os dispositivos (FERREIRA, 2006) como facebook e twitter. Tanto o que a organização precisava dizer sobre si na gestão da crise, quanto a cobertura dada pela mídia ao episódio de manifestação dos colaboradores, ou as ações comunicacionais dos atores sociais, inscreveram-se dentro do campo midiático, especialmente na internet, como no site da Odebrecht e perfis institucionais nas redes digitais, site das revistas Isto É e Valor Econômico, perfis dos colaboradores nas redes digitais.

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

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

Olhando-se pela ótica da organização e dos atores sociais a ela ligados, as ideias formuladas pela autora remetem à importância de ações comunicacionais para a gestão de sentidos, pois muito provavelmente a ideia fixada na memória coletiva estará

relacionada à crise enfrentada pela Odebrecht na Operação Lava Jato. Nota-se que esse processo se dá com a participação dos atores sociais midiaticizados que, inclusive, pautam e agendam a mídia tradicional e são os desencadeadores da informação e das imagens.

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

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

Referências

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jader; JACKS, Nilda Aparecida. **Mediação e Mediação**: Livro Compós 2012. Salvador/Brasília: UFBA/COMPÓS, 2012. p. 31-52.

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

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

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

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

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

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

KROEHN, Márcio. A Odebrecht além da crise. **Isto É Dinheiro**, 26 jun 2016. Seção Negócios, p. 13.

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

ROSA, Ana Paula. Ecos Visuais no Youtube. In: **Revista Significação**. Vol 41, nº 41, 2014.

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

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

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

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

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